



NEWSLETTER DO CME

CONTEÚDO DA EDIÇÃO 14

Por que abraçar o Marajó como estratégia de empreendedorismo feminino?

P. 03

Psicologia positiva - a ciência da felicidade no ambiente organizacional

P. 06

Tributação da distribuição de lucros e dividendos pagos aos sócios II

P. 08

4 alertas para o seu ponto de venda

P. 10

10 Dicas para estabelecer melhores relacionamentos e impulsionar suas vendas nas redes sociais

P. 12

A importância do direito do consumidor para empreendedoras

P. 15

Espelho espelho meu existe alguém que se cobra mais do que eu?

P. 17



Agenda



Happy Hour Empresarial



Reunião mensal com as associadas



Almoço ACP com a presença da ministra Damares Alves



Almoço Empresarial

Atual diretoria

Denise Araújo
PRESIDENTE

Suely Margalho
1º VICE PRESIDENTE

Kátia Regina Abou
2º VICE PRESIDENTE

Nayana Cunha Lima
SECRETÁRIA

Elizabeth Couto
SECRETÁRIA ADJUNTA

Regina Villanova
DIRETORA FINANCEIRA E CONTÁBIL

Nazaré Silva Pinon
DIRETORA FINANCEIRA E CONTÁBIL
ADJUNTA

Myrian Guimarães
DIRETORA DE PLANEJAMENTO E
ESTRATÉGIA

Ivanete Ferreira da Silva
DIRETORA ADJUNTA DE PLANEJAMENTO
E ESTRATÉGIA

Maria José Rodrigues Dias
DIRETORA EVENTOS SOCIAIS E
EMPRESARIAIS

Rita de Cassia de Oliveira
DIRETORA ADJUNTA DE EVENTOS
SOCIAIS E EMPRESARIAIS

Renata Gean Sade
DIRETORA DE MARKETING

Vania Maria A. Moreira Oliveira
DIRETORA ADJUNTA DE MARKETING

Rebeca Barbosa Lucas
DIRETORA DE CAPACITAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL

Roseli Lopes Dias
DIRETORA ADJUNTA DE CAPACITAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL

Ana Rosa Moreira Ferreira
DIRETORA DE RESPONSABILIDADE
SOCIAL E AÇÕES CULTURAIS

Flavia Fonseca Leal Rayol
DIRETORA ADJUNTA DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL E AÇÕES
CULTURAIS

Francisca Monteiro Uchôa
DIRETORA DE RELAÇÕES
INSTITUCIONAIS

Izabela Araújo
DIRETORA ADJUNTA DE RELAÇÕES
INSTITUCIONAIS

Mayanna Beckman
DIRETORA DE NEGÓCIOS

Walda Cardoso
DIRETORA ADJUNTA DE NEGÓCIOS



ATUALIDADE

POR QUE ABRAÇAR O MARAJÓ COMO ESTRATEGIA DE EMPREENDEDORISMO FEMININO?

O Arquipélago do Marajó, integralmente situado no Estado do Pará, constitui-se numa das mais ricas regiões do país em termos de recursos hídricos e biológicos. Formado por um conjunto de ilhas, que, em seu todo, forma a maior ilha fluvio-marítima do mundo, com 49.606 Km².

Por outro lado, dada a dimensão das demandas de ordem social, sobretudo a carência estrutural de serviços básicos, como saneamento, saúde e educação, aliadas a um contexto de concentração e instabilidade fundiária e a precariedade e insuficiência da infraestrutura, resultando num dos mais baixos níveis de qualidade de vida e desenvolvimento humano do país, foi pensado o “Projeto Abrace o Marajó”, uma iniciativa do Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos, voltado à geração de emprego e renda e melhorias da educação e saúde da população da região, nos seguintes eixos:

- **Desenvolvimento Social:**

Busca reduzir a vulnerabilidade social e ampliar a entrega de políticas sociais à população marajoara;

- **Infraestrutura:**

O objetivo é incrementar a oferta de infraestrutura clássica aos municípios do Marajó;

- **Desenvolvimento Produtivo:**

Tem como finalidade valorizar o produto regional, verticalizar a produção, melhorar o ambiente de negócios, aumentar a qualidade do produto regional e ampliar mercados e a produtividade local;

- **Desenvolvimento Institucional:**

Procura fortalecer a capacidade institucional de gestão e governança em políticas públicas com formação e treinamento de servidores e colaboradores.

Mas, para isso precisamos estar estrategicamente preparadas e caminhar com foco na crescente atividade econômica do Estado, sendo necessária a valorização e o aumento da qualidade do produto regional, a verticalização da produção, a melhoria no ambiente de negócios, a ampliação de mercados e da produtividade local, bem como a adoção de políticas públicas voltadas à¹:

- a) Estabelecer liderança corporativa de alto nível para a igualdade de gênero;
- b) Tratar todos os homens e as mulheres de forma justa no trabalho – respeitar e apoiar os direitos humanos e a não discriminação;
- c) Garantir a saúde, a segurança e o bem-estar de todos os trabalhadores e as trabalhadoras;
- d) Promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional das mulheres;
- e) Implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de suprimentos e de marketing que empoderem as mulheres;
- f) Promover a igualdade por meio de iniciativas e defesa comunitária;
- g) Mediar e publicar os progressos para alcançar a igualdade de gênero.

[1] (com base ainda nos Sete Princípios para o Empoderamento Feminino – Iniciativa conjunta entre a Organização das Nações Unidas – ONU Mulheres e o Pacto Mundial da ONU)

Nesse sentido, combater essa realidade de contradições não diz respeito apenas ao resgate de uma dívida histórica, que se tem com porções significativas da população e de localidades devidamente mapeadas no País, mas também de promover – pela ótica econômica – toda a coletividade, pelo aumento do mercado consumidor, crescimento de oportunidades de inovação de produtos e processos, bem como aumento de possibilidades de exportação de bens e produtos locais, resultando em aumento de divisas/tributos, que hoje se deixam de recolher em razão dessa realidade de pobreza. Desse modo, a manutenção dessa desigualdade regional só reduz o potencial de desenvolvimento de toda a nação.

Assim, o Conselho da Mulher Empresária, da Associação Comercial do Pará – Biênio 2020-2021, expressa por meio da Carta de Intenção entregue à Ministra Damare Alves, a preocupação e o desejo de contribuir com ações voltadas à educação empreendedora, formação global, autoestima e ao empoderamento feminino pois o crescimento econômico-financeiro, em todos os níveis, das mulheres expostas a situação de pobreza, à violência doméstica e familiar promoverá, não somente o seu desenvolvimento pessoal, mas dos seus descendentes e de toda a região e assim, não se consegue pensar em ações locais com outros que tem impactos regionais e até globais na economia do Estado. Ao passo que, a participação integral da mulher em todos os setores da economia, se comprova essencial para se construir e se estabelecer sociedades mais estáveis e justas.



Suely Margalho

Vice Presidente do CME/ACP



Esse espaço pode ser seu!

Use a newsletter Conexão Feminina para divulgar o seu negócio



Clique aqui para fazer uma cotação via Whatsapp





RH CONECTADO

PSICOLOGIA POSITIVA – A CIÊNCIA DA FELICIDADE NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

“Eu não aguento mais esse trabalho!”

“Não consigo atingir minhas metas, acho que vou enlouquecer.”

“Preciso ter coragem, hoje ainda é segunda-feira.”

Quantas vezes você já ouviu ou até mesmo já disse algo do tipo? E fica difícil ter bons resultados quando nos sentimos tristes e desmotivados, não é mesmo?

Por outro lado, um estudo realizado pela Universidade da Califórnia identificou que um profissional feliz – e aqui não estou falando de pessoas alegres e sorridentes, e sim de ser feliz e realizado com o que se faz, com seu propósito – é, em média, 31% mais produtivo, três vezes mais criativo e vende 37% a mais do que os outros.

A mesma pesquisa afirma ainda que pessoas felizes conseguem atender melhor o cliente, evitar acidentes no trabalho, aproveitar melhor e reduzir desperdícios.

Para se ter uma ideia, segundo a OMS, cada R\$1 investido em saúde mental dos colaboradores, retorna R\$4 às organizações. Assim, investir na felicidade e bem estar da equipe representa contribuir de maneira significativa para aumento da produtividade da empresa.

Assim sendo, a Psicologia Positiva pode ser uma ótima aliada neste processo. Desde o final dos anos 1990, essa abordagem tem sido aplicada no meio acadêmico, profissional e de saúde, entre outros campos do conhecimento com um resultado expressivamente positivo.

A partir dos conceitos dessa ciência, as empresas estão aprendendo a avaliar o estado emocional de seus colaboradores e entender suas necessidades, tornando possível trazer inúmeras oportunidades de investir no desenvolvimento humano, impulsionar o engajamento e construir uma cultura organizacional positiva

Na prática, ela pode ser usada para despertar o potencial dos colaboradores, gerando maior produtividade individual e coletiva; maior engajamento dos colaboradores; habilidade para resolução de problemas e conflitos; mais disposição para se envolver nas questões do trabalho; pensamento original e criativo e muito mais!

Vale a pena buscar mais informações sobre a Psicologia Positiva e aplicá-la em sua empresa. Os resultados podem ser surpreendentemente positivos!



Myrian Guimarães

Administradora, Consultora de
Desenvolvimento Humano & Organizacional

Vacinas
salvam
vidas



Acompanhe o calendário de
vacinação da sua cidade.

TRIBUTAÇÃO DA DISTRIBUIÇÃO DE LUCROS E DIVIDENDOS PAGOS AOS SÓCIOS II



O ponto que abordaremos neste artigo é a tributação dos “estoques” de lucros gerados em períodos anteriores e no próprio período base de 2021 que serão alcançados pela pretensa tributação de 15% de imposto de renda se a distribuição ocorrer a partir de 2022. (Projeto de lei nº 2.337/2021- aprovado na Câmara dos Deputados em 01.09.2021)

Neste sentido, empresários devem se preparar para antecipar a distribuição de lucros de 2021 ainda esse ano, e evitar uma discussão futura com o fisco sobre a tributação de resultados gerados anteriores a 2022.

Há certas regras a serem seguidas e é necessário planejamento para que isso seja feito de forma segura

- É importante ressaltar que a distribuição de lucros é vedada caso a sociedade tenha débitos fiscais, nos termos do art. 32 da Lei 4.357/64, ou seja, proíbe que as empresas com débitos tributários distribuam lucros aos seus sócios e dirigentes, exceto se o débito estiver com exigibilidade suspensa (como por exemplo: com parcelamento em andamento)
- A distribuição dos dividendos em regra é realizada anualmente mas, é possível que se faça a antecipação mensalmente, trimestralmente ou conforme outra definição entre os sócios.

As regras gerais da distribuição dos lucros são definidas no contrato social, que é um documento público que deve ser levado a registro em órgão competente, e posteriormente tratar das especificidades, valores mínimos e máximos, percentuais e periodicidade em acordo de sócios, que é um documento particular com força vinculante entre as partes assinantes, e que não tem publicidade perante terceiros.

- O valor a ser distribuído deve, também levar em consideração o plano financeiro (caixa) e contábil da sociedade, os sócios devem definir o percentual do lucro que será partilhado entre eles e qual valor será armazenado no caixa da empresa para capital de giro, investimentos e expansão do negócio.

Mantenha-se alerta sobre a tramitação do Projeto de lei nº 2.337/2021 e dos seus impactos nos negócios. Consulte um especialista tributário.



Regina Vilanova

Diretora de Negócios da Villanova Ass.
e Consultoria Empresarial

SEGURO DE VIDA E UM SÉRIE DE BENEFÍCIOS:

- DESCONTO DE ATÉ 50% EM CONSULTAS E EXAMES MÉDICOS; ⁽¹⁾
- 09 CONSULTAS MÉDICAS/ODONTOLÓGICAS PAGAS PELA ASPEB; ⁽¹⁾
- CRÉDITO EM SUPERMERCADOS, FARMÁCIAS E DEPÓSITOS DE GÁS; ⁽²⁾
- ASSISTÊNCIA FUNERAL E MUITO MAIS. ⁽³⁾

 (91) 4009-7600  (91) 4009-7602

OBSERVAÇÕES

¹⁾ OS CONVÊNIO DE SAÚDE E ODONTOLÓGICOS SÃO OFERTADOS SOB LIMITES E CONDIÇÕES PRÉ-ESTABELECIDAS E NÃO SE VINCULAM A OPERADORAS E/OU PLANOS DE SAÚDE, EXCLUINDO-SE ATENDIMENTOS MÉDICOS/HOSPITALARES SOB A RESPONSABILIDADE DA ASPEB MESMO QUE DELES DECORRENTES. ²⁾ SERVIÇOS PRESTADOS POR EMPRESAS E/OU PROFISSIONAIS AUTÔNOMOS POR FORÇA DE CONVÊNIO COM A ASPEB, PODENDO SER SUSPENSOS OU SUBSTITUÍDOS POR CIRCUNSTÂNCIAS COMERCIAIS QUE INABILITIZEM SUA MANUTENÇÃO. ³⁾ O SERVIÇO DE ASSISTÊNCIA FUNERAL É VÁLIDO PARA SEGURADO, CÔNJUGE E FILHOS DE ATÉ 21 ANOS.



30
ANOS



MERCADO

4 ALERTAS PARA O SEU PUNTO DE VENDA

Se o seu ponto de venda ainda não utiliza as estratégias abaixo, escolha uma para priorizar e implemente! Quando finalizar a primeira, passe para as próximas e arrase!

1. EXPLORE OS OUTROS SENTIDOS

O VISUAL é um dos maiores impactos, mas não deixe de fazer aquele agrado ao consumidor através do olfato, paladar e audição. Como? Veja algumas sugestões a seguir:

- Música ambiente de acordo com o público-alvo e a sua estratégia;
- Um aroma agradável e que pode ser personalizada para a marca. (vale para a loja e para a embalagem do delivery);
- Aquele cookie delicioso ou um bolo caprichado para animar qualquer conversa com a cliente – veja que oportunidade de fortalecer o relacionamento além da venda.

2. REFORCE A SUA MARCA (BRANDING E POSICIONAMENTO).

O ponto de venda tem que refletir a mensagem que você quer passar com a sua marca. O que você quer comunicar? É algo moderno, clássico, inovador? Qual a paleta de cores do local? A decoração é jovem e bem-humorada? Ou formal? Tudo tem que fazer sentido. Deixe claro quais são os seus valores.

3. O PODER DAS CORES

E por falar em branding e paleta de cores, você sabia que cada COR comunica algo diferente? É importante que elas sejam escolhidas de acordo com a mensagem que falamos acima. Pode ser com pintura, adesivo, iluminação ou tecido, o importante é que existem diversas formas de explorar o COLORIDO ou o MONOCROMÁTICO na Vitrine, interno de loja, ou rede social.

Use este recurso para destacar uma parede, um local menos movimentado ou para arrasar na Vitrine.

4. CIRCULAÇÃO E LIMPEZA VISUAL

Não deixe o pdv atulhado de produtos. É difícil de limpar, gera ansiedade no cliente, prejudica a circulação e dificulta destacar os produtos mais rentáveis.

Ou seja, antes de sair comprando do fornecedor tudo o que vê pela frente, lembre-se da metragem da loja e do quanto ela comporta de produtos.

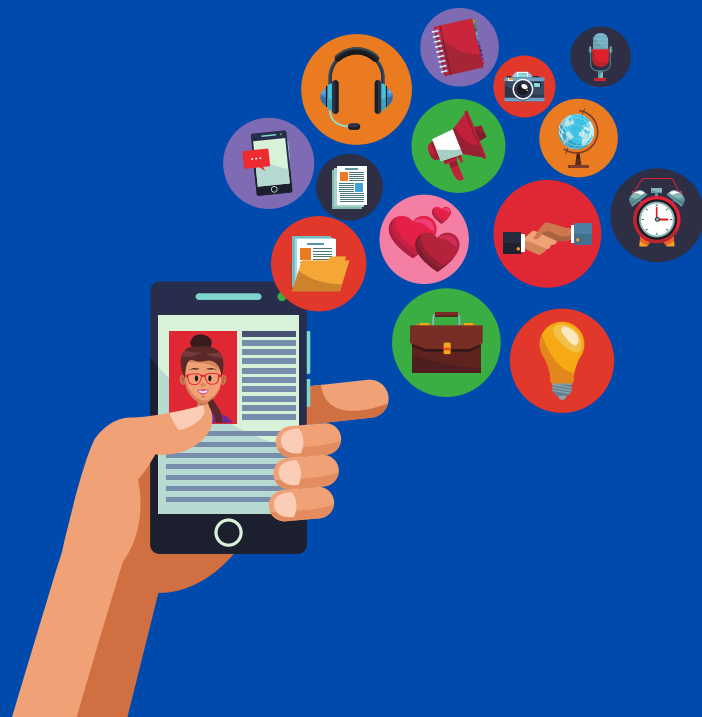
Este tema é riquíssimo e envolve diversas possibilidades. Me siga do @vitrinevarejo e veja mais conteúdos sobre marketing e vendas.



Luciana Sousa

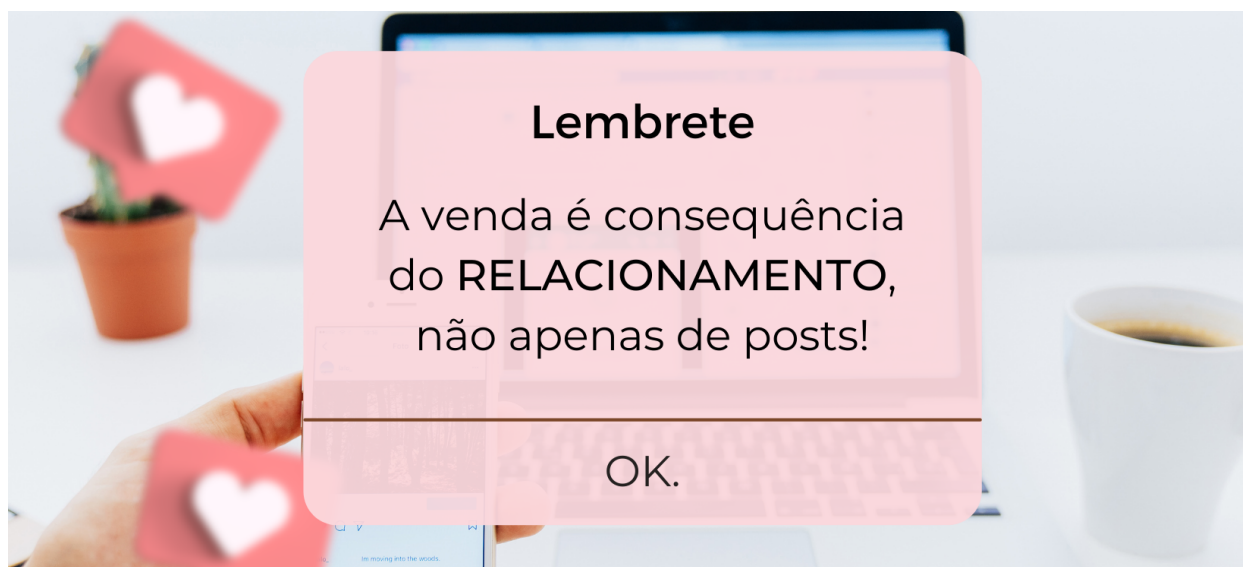
Criadora do @vitrinevarejo, MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas, Especialista em Comunicação Empresarial pela ESPM-SP, Especialista em Gestão de Negócios pela Fundação Dom Cabral.

10 DICAS PARA ESTABELEECER MELHORES RELACIONAMENTOS E IMPULSIONAR SUAS VENDAS NAS REDES SOCIAIS



Não se iluda, mesmo que você publique fotos lindas, textos maravilhosos, vídeos bem elaborados ou divertidos, ou ainda faça lives constantes e mais uma dezena de estratégias recomendadas pelos experts em marketing digital, com a promessa de aumento de vendas, acredite, você terá poucos resultados efetivos, se não houver o principal: um bom relacionamento.

E isso significa INTERAGIR com as pessoas, responder os comentários dos seus posts, e claro, entrar nos outros perfis, conversar, elogiar o que gosta, questionar algo que te interessa, participar de uma discussão séria, brincar um pouco, informar algo importante... e fazer tudo isso de forma empática, verdadeira.



As pessoas compram de quem elas acreditam, de quem elas se sentem mais seguras. E hoje, com essa avalanche de experts/autoridades em todos os assuntos, profissões e negócios, você pode sim se diferenciar de muita gente, apenas estabelecendo um relacionamento empático e assertivo nas suas redes sociais.

Vamos então às sugestões que valem a pena refletir, aplicar:

1 - Ao publicar seus posts, acompanhe os comentários, responda às perguntas com todos os detalhes que a pessoa solicitou, sempre. Não existe comentário mais ou menos importante. Se alguém se dispôs a escrever algo, merece resposta.

2 - Entregue todas as informações possíveis na rede que o cliente te acionou, evite ao máximo responder a questão com um link para ele ir para outra rede, a não ser que ele peça. Informe preço, envie mais fotos e mais detalhes do produto ou serviço, no mesmo canal que ele iniciou a conversa.

3 - Seja interessante e interessada. É tão chato quando uma pessoa fala apenas dela, né? Então, promova o equilíbrio: responda, pergunte também, escute/leia ativamente o que a outra pessoa tem a dizer, pois essas informações podem lhe trazer mais insights para melhorar seus argumentos de persuasão e vendas.

4 - Não seja interesseira! É deselegante responder um post de alguém que está na verdade fazendo um desabafo; com uma propaganda sua... Tipo: "Olha, tenho a resposta ideal para isso, no meu novo curso... me chama no privado que posso te ajudar." Passa uma ideia de que você está pouco preocupada com a pessoa e mais focada em vender. Sugiro antes escrever um comentário que demonstre interesse genuíno sobre o assunto e a pessoa, e somente depois, se for o caso, ofereça seus serviços.

5 - Não entre em discussões que não serão úteis. Lembre-se: seu cliente pode ser do partido contrário ao seu, torcer pelo time de futebol que você detesta, gostar de um estilo musical completamente diferente... e tudo bem! Viva a diferença! Mas quando você usa seu perfil para fazer posts que julgam as pessoas somente por possuírem uma escolha contrária à sua, você não apenas demonstra menos inteligência social, mas sem dúvida, limita suas possibilidades de vendas. Eu mesma já deixei de seguir várias pessoas que desenvolvem um ótimo trabalho, mas me senti agredida com seus comentários e discursos de ódio. Pense nisso.

6 - Não marque pessoas que você não conhece ao publicar fotos ou divulgar produtos e serviços. Isso é spam. Isso é um tiro no pé. As pessoas se sentem invadidas, usadas por você. Essa estratégia demonstra total desespero para vender ou divulgar algo sem se preocupar com a privacidade da outra pessoa. Não transmite seriedade.

7 - Se você quer vender um produto ou serviço, coloque a foto e o preço. Facilite a vida das pessoas. Quem tiver interesse, terá mais propensão de iniciar a conversa porque já sabe que pode pagar. Eu sinceramente fico triste em ver o quanto as pessoas ainda pecam em não colocar o preço, e portanto, perdem a oportunidade de vender mais!

8 - Seja gentil, empática, cuidadosa com as palavras. Quem está do outro lado da conversa é uma pessoa. Não seja irônica ou demonstre impaciência. Lembre-se de que é a sua imagem através das palavras que você digita, que vai ficar na mente de quem você está interagindo.

9 - A dificuldade de cognição das pessoas está ainda mais evidente nos comentários de posts das redes sociais. Às vezes a informação está completa, com todos os detalhes essenciais, mas aí surge uma pergunta óbvia de quem não leu nada do que você descreveu no post. Respire profundamente, e responda, repita o que for preciso, com gentileza.

10 - Cada indivíduo tem uma história de vida, um estilo, uma maneira de se comunicar e compreender. Portanto, não existe resposta padrão, pronta apenas para copiar e colar. O máximo que você consegue fazer é criar alguns modelos básicos de respostas, mas na hora de postar, ajuste o texto, coloque o nome da pessoa, substitua uma frase, insira uma palavra... ou seja, customize, personalize a resposta.

Independente de quais redes sociais você faz parte, o que realmente importa são AS PESSOAS, portanto, seja transparente, congruente e amável, no relacionamento com todos, mantenha o foco e o resultado virá. Parece simples, e é, acredite!



Ely Ribeiro

CEO e Co-Founder da Donadelas, rede social para mulheres empreendedoras. Atua como instrutora e mentora na área de gestão, comércio e empreendedorismo.

A IMPORTÂNCIA DO DIREITO DO CONSUMIDOR PARA EMPREENDEDORAS

DIREITOS DO CONSUMIDOR



Hoje em dia os consumidores estão cada vez mais conscientes dos seus direitos e, com isso, mais exigentes. Garantir a satisfação do cliente é, sem dúvida, uma forma de promover sua fidelização e também, claro, que esse faça uma boa propaganda do seu produto ou serviço. Por isso, é tão importante seguir as regras do Código de Defesa do Consumidor - CDC.

Vejam, quando o cliente se sente desrespeitado em seus direitos por uma empresa, esse mesmo consumidor fica disposto, não apenas a disseminar sua opinião negativa para seus contatos (em redes sociais é o que mais se vê), mas também a ajuizar uma demanda judicial.

Por isso, trazemos as seguintes dicas para você, empreendedora:

1. Conheça o CDC:

É fundamental que toda empreendedora conheça o código como um aliado, não só para evitar multas e penalidades, mas para garantir a satisfação do seu cliente. Por lei, é necessário que tenha uma cópia disponível em seu estabelecimento comercial.

2. Cumpra as normas do Código:

Analise e adeque os contratos firmados para estarem ajustados ao CDC. Veja que mesmo que o consumidor tenha assinado o contrato, se nele tiverem cláusulas abusivas, estas podem ser totalmente desconsideradas em uma disputa judicial (e você ainda pode ter que indenizar o consumidor, se houver algum dano).

Por isso, faça as adequações necessárias nos contratos e principalmente, em relação a qualidade que é esperada do produto ou serviço e a forma de atendimento ao consumidor.

3. Tenha uma política de trocas e devoluções:

Como problemas relacionados a isso são dos mais frequentes envolvendo consumidor, é importante que sua empresa tenha uma política estabelecida sobre como se darão esses casos (lembrando que troca não é obrigatória em compra presencial, salvo por defeito, logo o prazo é da empresa), dando acesso ao consumidor sobre essa política.

Empreendedoras, seguir as regras do CDC não é apenas mais seguro ao seu negócio, mas também um diferencial no mercado, pois traz ao consumidor a segurança de fazer negócios com a sua empresa.



Ana Paula Cavalcante

Advogada e Sócia Fundadora do
ODCA Advogados



Esse espaço pode ser seu!

Use a newsletter Conexão Feminina
para divulgar o seu negócio



Clique aqui para fazer
uma cotação via Whatsapp



ESPELHO ESPELHO MEU EXISTE ALGUÉM QUE SE COBRA MAIS DO QUE EU?



Nunca é o que o outro pensa, mas o que nós pensamos sobre nós mesmos.

Queremos ser alguém que muitas vezes não conseguiremos ser, e assim gastamos uma energia enorme para manter o padrão de exigência que nós mesmos nos impomos. E para que? E por quê? O que nos motiva a seguir atendendo tantas demandas externas? Corpo “perfeito”, cabelo “perfeito”, dietas loucas, supervalorização do consumo desmedido, hipnotizados pelas redes sociais. O que nos faz seguir e curtir pessoas que julgamos ser o padrão ideal de felicidade, de realização, de beleza e de fama, mas que, no entanto, são apenas seres humanos tentando sobreviver, sentindo em algum estágio as mesmas dificuldades, aflições, medos e alegrias que nós. Por que tudo isso quando o que importa realmente é descobrimos o propósito de nossa vida, o que nos realiza de verdade, o que faz nosso coração pulsar.

Penso que uma hora a ficha cai e é engraçado porque percebemos que tudo é uma ilusão da mente e então nesse momento parece que retiramos um peso de nossos ombros e passamos a nos conectar com nossa real essência, nos tornando mais leves e menos exigentes. “Se a vida é tão curta, por que fazemos tantas coisas que não gostamos e gostamos de tantas coisas que não fazemos?”

Quando nos damos conta que podemos mudar o rumo dessa história podemos contar também com uma ferramenta incrível que é a meditação. O ato de parar alguns instantes por dia, respirar profundamente, deixar os pensamentos fluírem sem dar atenção a eles e aquietar o coração, traz benefícios incalculáveis. Abrimos a nível energético os portais para o universo operar milagres em nossas vidas e começamos a aprender a linda arte do auto amor, auto respeito e auto perdão. Somos beneficiados, assim como todos ao nosso redor.

Não tenhamos pressa, mas não percamos tempo, pois não somos seres humanos vivendo experiências espirituais, somos seres espirituais vivendo experiências humanas.



Silvia Dorian

Professora de Yoga, Meditação e Eneagrama.
Pós graduada em Psicologia Positiva, Ciência
do Bem Estar e Auto Realização pela PUC RS