

# FARMALIFE

BELEZA FAZ BEM À SAÚDE MARÇO • 2018

## FAMÍLIA

Acredite: ansiedade é assunto sério.

PÁGINA 13

## INFÂNCIA

Conheça algumas meninas cheias de atitude.

PÁGINA 19

## SAÚDE

Saiba como cuidar da pele durante a menopausa.

PÁGINA 21

*Uma mulher*  
**SEM LIMITES PRA SONHAR**

*Fundadora da Lola Cosmetics, Dione Vasconcellos,  
conta sua história de ousadia, superação e irreverência.*



Ela é

# DIONE VASCONCELLOS

e tem muito pra contar

**F**undadora da Lola Cosmetics carrega, no nome, uma das marcas de sua personalidade. Variante gráfica de *Dioni*, apelido de *Dionísia*, a palavra Dione tem origem no grego *Dionysios: dyu*, que significa “dia”, e *nisa*, “noite”. Tudo a ver com Dione Vasconcellos: incansável... dia e noite.

## Uma história que tem desafios

Empresária brasileira bem-sucedida e bem-humorada do mercado de cosméticos, Dione Vasconcellos, na verdade, se formou em História por uma universidade portuguesa, em 1998. A ideia era ficar um ano em Portugal, mas viveu 16, trabalhando em diversos setores: *“Foi um período incrível, que acabou por moldar muito o meu jeito de ser, a forma como vejo o mundo e supero suas adversidades. Trabalhei nas mais diversas profissões, fiz, inclusive, trabalhos sazonais, como colheita da uva e venda de sorvete à beira da praia, pra custear as viagens de férias. Minha vida empresarial em Portugal só iniciou, mesmo, em 1993”*.

Após a longa temporada portuguesa, movida por mais oportunidades de ganhos financeiros, decidiu se mudar para a Suíça. E lá, a luta continuou! O primeiro emprego foi de lavagem de toalhas e guardanapos num restaurante. Em seguida, foi governanta e, por fim, garçomete: *“Genebra é uma cidade extremamente internacional. Como garçomete, conheci gente do mundo todo e suas peculiaridades. Se foi bom? Sim. A experiência, por mais desgastante e cansativa, teve seu lado positivo; não só, financeiro”*.

Integrante de uma geração “amante da liberdade” e “pra frente”, Dione sempre assumiu as dores e as delícias de suas próprias escolhas.

## Uma história com superação

Em 2002, movida por uma paixão, decidiu voltar para o Brasil. Um ano depois, sua empresa, em Portugal, começou a amargar dificuldades financeiras. Com mais de 40 anos de idade, pouco dinheiro no bolso, mas muita determinação na alma, entendeu que a crise e o divórcio, que veio a reboque, eram fatais e era preciso reagir. Assim, investiu tudo (quase nada) num curso de sabonetes artesanais:

***“Investi exatos 20 reais. Não esquecerei esse dia! Realmente, era tudo o que tinha pra uma ‘extravagância’. Sempre gostei de artesanato e vi ali uma chance de fazer algo pra ganhar dinheiro. Estava em um país que era - e não era - meu, já que, em 20 anos fora, tudo havia mudado. Eu estava no Rio, numa cidade que não me pertencia, pois sou do sul do Brasil, com uma filha, com 10 anos. O mundo me pareceu aterrorizante! Mas o fato de não ter ‘plano B’ te move, te faz lutar. Esse curso foi o divisor de águas em minha vida”.***

Como o mundo gira para quem se movimenta com propósito, a historiadora – que nunca exerceu a carreira, mas se tornou uma pesquisadora e curiosa incondicional – ganhou a ajuda de um amigo para investir no seu mais novo sonho. Assim, em 2006, montou um quiosque de sabonetes artesanais no BarraShopping, Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro. A mulher que não parou de lutar e sonhar viu, enfim, seu empreendimento dar certo!

Dois anos depois, a incansável visionária, comprou a Farmativa, uma fábrica de cosméticos endividada: *“Pensei seriamente em comprar um lugar pra morar, com o lucro dos dois períodos de Natal no quiosque, mas o negócio me instigou de tal forma, que arrisquei”*, destacou.

Em 2009, convidou a irmã Jaqueline Vasconcellos (jornalista) e o cunhado, Milton Taguchi (arquiteto), para serem seus sócios. *“Foi a decisão mais inteligente que já tive. Com eles, nos tornamos fortes e conseguimos recuperar o passivo gigante que a empresa tinha. Demoramos três anos pra ter uma empresa financeiramente saudável”*, afirmou.

### **Uma história que tem cores, formas e ousadia**

Após sanar as dívidas da Farmativa, lançou a Lola Cosmetics, uma marca cheia de personalidade – feminina, delicada e forte. Com uma linha profissional para uso em salões de beleza, seus produtos foram registrados com nomes e rótulos, no mínimo, inusitados: *“Os anos fora do Brasil, a minha irreverência desde jovem e o prazer da escrita me levaram a criar a Lola dessa maneira. Eu lembro que, quando decidi criar a marca, olhei alguns pontos de venda, e o que me chamou a atenção foi a falta de cor e diversão nos produtos. Era tudo preto, cinza e branco. Nada que surpreendesse”*.

Não demorou muito tempo, e a Lola colocou no mercado itens para cuidados de beleza em casa. Assim, começaram a aparecer, nas prateleiras de farmácias e perfumarias, produtos para cabelos com rótulos e embalagens muito coloridos e com ideologias marcantes: no *poo* e *low poo* (formulações livres de sulfatos, parabens e silicones, usados na maioria dos xampus), *cruelty free* (totalmente vegana; sem origem animal em sua composição) e sustentável:

***“Eu não tinha garantias de nada! O que me impulsionou foi acreditar no projeto e vivê-lo com muita paixão. O que eu nunca sonhei mesmo é que os concorrentes, com o passar dos anos, fossem “loletizar” suas marcas. Mas que bom! Acho que o consumidor ganhou com a reviravolta que o mercado capilar deu no Brasil, de uns anos pra cá. Produtos com mais qualidade e uma comunicação mais abrangente e irreverente”.***

Hoje, a Lola conta com mais de 75 itens em seu portfólio, conjugando cores fortes, embalagens criativas (como pote de sorvete, caneca de chope, frasco de spray...), desenhos com toque “retrô-moderno”, incluindo, personagens ao estilo das *pin-ups girls* (dos anos 1930 e 50) e nomes inesquecíveis, como “Morte Súbita”, “Tarja Preta” e “Meu Cacho, Minha Vida”.



Apesar de serem um amor antigo de sua fundadora, os sabonetes só foram lançados no ano passado, junto com outra ousadia de Dione: a loja própria no BarraShopping. O grande diferencial dos sabonetes da Lola é que são todos feitos por saponificação a frio (tradição milenar da arte da saboaria), sem corantes artificiais e com 100% de óleos vegetais. *“Somos a primeira empresa no Brasil a ter esse tipo de sabonete em grande escala, mesmo que o método de fabricação seja manual, longo e minucioso”*, complementou.

### **Uma história que tem sonhos**

Os produtos da Lola Cosmetics podem ser encontrados em mais de cinco mil pontos de venda no Brasil, já chegaram às prateleiras do Oriente Médio, Egito e Suíça e estão entrando nos Estados Unidos e em Portugal.

Uma história tão cheia de aventura, verdade e propósito só poderia gerar resultados de sucesso. Dione, agora, colhe os frutos de sua ousadia e determinação e se abastece de mais projetos:

***“Acho que não há uma definição exata pra o que somos. Sou empresária, mãe legal, cozinheira de final de semana, artesã, viajante... Dia após dia, vou me definindo e tentando construir, desconstruir, pra voltar a construir... Fiquei sem chão e horizonte com 44 anos. Não é muito fácil recomeçar. Algumas batalhas são quase impossíveis, tornando os dias mais longos. Tem horas em que perdemos; noutras, ganhamos. Lá na frente, tudo acaba se encaixando. É duro, mas somos sobreviventes e lutadoras. Conseguimos!”***

Dione Vasconcellos é a prova real de que não há idade ou circunstância que limite uma mulher de viver e sonhar... dia e noite.

Os produtos Lola Cosmetics podem ser encontrados em qualquer uma de nossas lojas.