

# PM SERVICES

## MAGAZINE

VOCÊ P... TAR AQUI... DECIDA.

*“Quero mostrar que todas nós merecemos sentir-nos lindas, confiantes e bem vestidas — com qualquer estilo. A beleza não pode ser limitada por padrões ou preconceitos. A moda deve abraçar todas as mulheres, todos os corpos e todas as vozes.”*



**ÁUREA GONÇALVES:**

**Da compulsão à criação de uma marca de sucesso – a história por detrás da AG Fashion Store**

**MARCO D'SANTO:**

# Entre passarelas e planilhas, o equilíbrio entre paixão e profissão



**N**ascido em Luanda, Angola, a 14 de Dezembro de 1983, Marco Sidney Gomes dos Santos – mais conhecido por Marco D'Santo – é um nome que dispensa apresentações no universo da moda angolana, tendo igualmente construído uma sólida carreira no sector bancário. Com um percurso que equilibra a estética e a racionalidade, Marco é o exemplo vivo de que é possível conciliar paixões e profissões com dis-

ciplina, visão e autenticidade.

**“A minha paixão pela moda surgiu por mero acaso”, começa por relatar. “Como qualquer criança, sonhava ser jogador de futebol, piloto ou até bombeiro. Contudo, as prioridades mudam com o tempo.” Foi por volta dos 14 ou 15**

**anos, durante o seu período de residência na África do Sul, que começou a participar, timidamente, em concursos de beleza escolar – o famoso “Mr Colegial”.** Magro e alto, o seu perfil físico destacava-se, embora a timidez em público fosse, na época, um desafio constante.

Apesar do início inesperado, Marco não tardou a profissionali-

zar-se como modelo, assinando com uma agência e realizando diversos trabalhos. **“Primeiro veio a moda. Depois de alguns passos no colégio, fui integrando outros projectos, até consolidar o meu nome no meio.”** No en-

tanto, a moda sempre foi, para ele, um hobby – uma paixão paralela ao seu verdadeiro foco: a gestão.



Licenciado em Gestão de Empresas com mestrado em Gestão de Recursos Humanos, formou-se no Reino Unido antes de regressar a Angola. Por cá, iniciou a sua carreira profissional na DHL, na área comercial, tendo posteriormente integrado a petrolífera ENI. Mais tarde, após aprovação num concurso público, ingressou no sector bancário, onde permanece até hoje.

Marco confessa nunca ter enfrentado grandes desafios, precisamente por saber, desde cedo, distinguir prioridades. “Sempre entendi que a moda tem um tempo limitado. Por isso, encarei-a como uma paixão. O meu foco sempre esteve no meu trabalho na banca, que é, sem dúvi-

da, a minha principal motivação.”

Essa clareza permitiu-lhe construir uma rotina estruturada, onde nada é deixado ao acaso: **“Das 8h às 16h estou ao serviço na banca. Depois, das 17h às 19h, sigo para o ginásio. O resto do tempo é dedicado à família. Os trabalhos de moda são reservados para os fins-de-semana – desde que, claro, sejam do meu agrado e... bem remunerados”**, acrescenta, entre risos.

Para Marco, a moda e a banca não se anulam – antes se complementam. **“A moda dá-me confiança e autoestima; já a banca exige produtividade, disciplina e foco.”** Essa harmonia entre imagem e competência tem sido a sua marca pessoal.

Reconhecendo a importância de cuidar da sua imagem, Marco mantém uma atenção rigorosa à sua saúde física e mental. **“A imagem faz parte de quem eu sou e do que represento, por isso cuido dela com responsabilidade.”**

O seu percurso na moda está recheado de conquistas: já foi premiado como Modelo do Ano no Moda Luanda, recebeu distinções nos Globos de Ouro Angola, foi capa de revistas prestigiadas e participou em campanhas internacionais, como a da Boutique dos Relógios. No universo bancário, a sua progressão e constante evolução deixam-no **“extremamente realizado”**.

Aos mais jovens, Marco deixa uma mensagem clara: “Nunca deixem de estudar. Precisamos de orientação profissional todos os dias das nossas vidas. As paixões são importantes, mas devem ser encaradas como hobbies e complementos – o nosso melhor deve ser dado em tudo o que fazemos.”



Actualmente, Marco considera-se “semi-reformado” do universo da moda, reservando-se apenas para campanhas e representações de marcas. Já no sector bancário, o seu compromisso permanece firme: **“Quero continuar a aprender e a evoluir, para dar**

**sempre o meu melhor.”**

Marco D’Santo é a prova de que é possível viver entre dois mundos distintos sem perder o equilíbrio. Com determinação, inteligência emocional e disciplina, transformou a sua história numa referência de profissionalismo e versatilidade.





# Honey

Moçambique

# Sharunaz

MAKEUP ARTIST



EGON JORGE FOTOGRAFIA



## PROMO FOTOGRAFICA

Agende sua sessão

1 FOTO - 1.000 MZN

3 FOTOS - 2.250 MZN

5 FOTOS - 3.250 MZN

10 FOTOS - 5.250 MZN



+258 84 587 4045



egonjorge\_fotografica



Av. Vladimir Lenine Nr. 2057 R/C



+258 82 845 87 80

brigadeirossonho@gmail.com

## ÁUREA GONÇALVES:

# Da compulsão à criação de uma marca de sucesso – a história por detrás da AG Fashion Store



Na 31ª edição da PM Services Magazine, mergulhamos na inspiradora jornada de Áurea Gonçalves, fundadora da AG Fashion Store, uma mulher que, com coragem e visão, transformou traumas pessoais e uma compulsão em moda numa marca referência em Moçambique — e numa verdadeira força de mudança social.

A ligação de Áurea com o mundo do vestuário nasceu de forma dolorosa, enraizada numa infância marcada pela ausência

de cuidados estéticos e episódios de humilhação. Crescer sem roupas novas ou adequadas fê-la desenvolver uma atenção especial ao que os outros vestiam, sem nunca, porém, sentir-se confiante.

Maistarde, já em Portugal, onde foi estudar, descobriu uma liberdade que a fez querer reconstruir-se — e começou a comprar compulsivamente roupa. “Comprava para colmatar o que me faltou. Era como se dissesse: agora posso”, partilha.

Dessa compulsão surgiu uma ideia: se a compra era inevitável, que ao menos fosse convertida em algo útil. Assim nasceu, em 2018, a AG Fashion Store, primeiro de forma informal, durante férias em Maputo, e depois como uma empresa formalizada e estruturada, com sede no Shopping Baía Mall.

Com o apoio fundamental da sua mãe — hoje sua sócia — Áurea criou uma empresa que alia o bom gosto à gestão inteligente, destacando-se por uma

curadoria de peças modernas, acessíveis e com identidade.

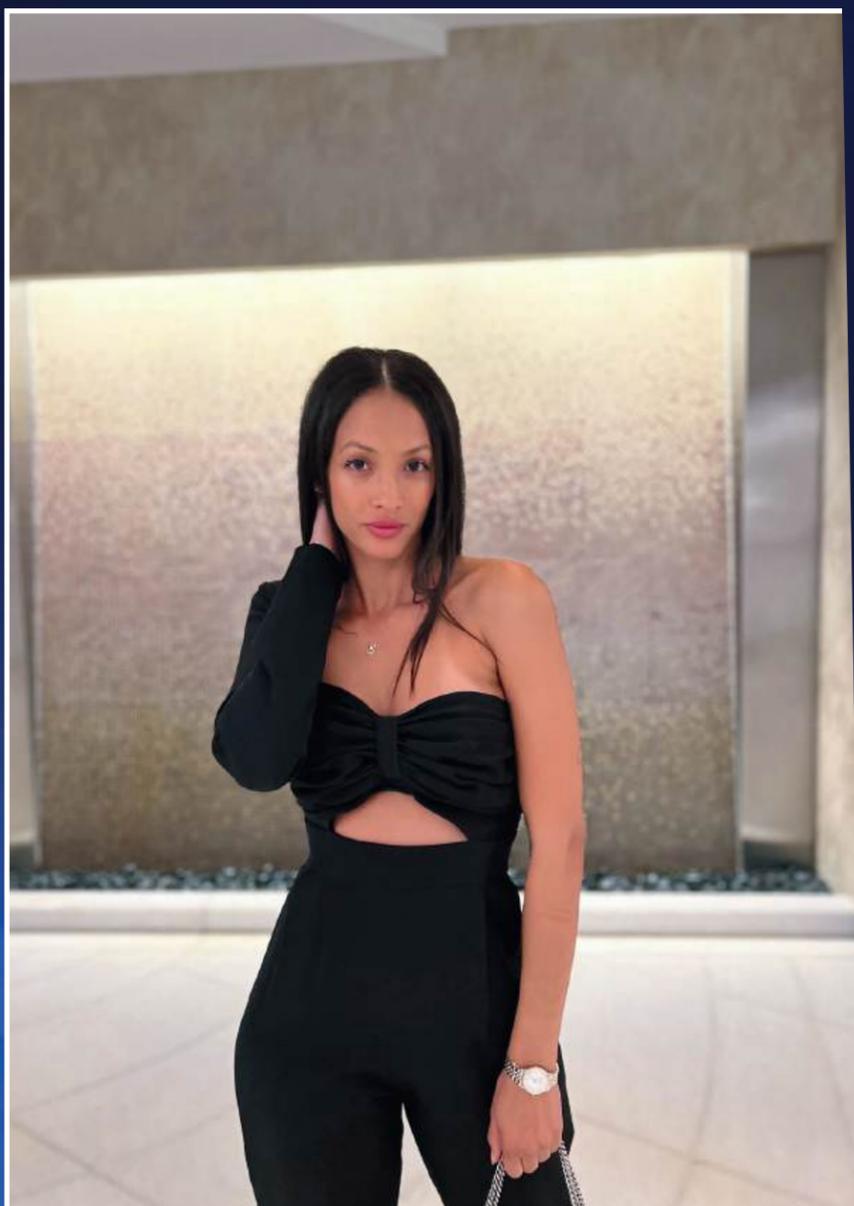
Há quatro anos, Áurea deu um passo além da venda de vestuário e passou a idealizar e realizar campanhas de moda temáticas e inclusivas, verdadeiramente revolucionárias no contexto moçambicano.

Criou photoshoots para marcar as estações do ano e colecções especiais como o “Outubro Rosa”, com o intuito de representar todas as mulheres — independentemente da cor da pele, etnia, tipo de corpo ou idade.

“Quero mostrar que todas nós merecemos sentir-nos lindas, confiantes e bem vestidas — com qualquer estilo. A beleza não pode ser limitada por padrões ou preconceitos. A moda deve abraçar todas as mulheres, todos os corpos e todas as vozes”.

Essas campanhas não são apenas produções visuais. São afirmações de identidade, autoestima e inclusão. A AG Fashion Store tornou-se um palco onde todas as mulheres podem ver-se representadas — e isso é um acto político e poético ao mesmo tempo.





O percurso da marca foi feito de pequenos grandes passos. Vendas via redes sociais, envio de peças por viajantes, fotos tiradas com espelhos improvisados... Até à abertura da sua primeira loja física, tudo foi fruto de trabalho, ousadia e fé.

Hoje, a AG Fashion Store recebe mais de duas toneladas de roupa por ano, e tornou-se referência no vestuário feminino em Maputo, não só pelo estilo, mas pela forma como entende e respeita as suas clientes.

“Mais do que vender, eu ensino. Muitas mulheres não sabem como combinar peças. Eu monto os looks, ensino como usar, quando usar. Facilito, educo e inspiro.”

Áurea prefere ser chamada de líder em vez de “boss”. Lidera com escuta,

exemplo e empatia. Acredita na energia, na lei da atracção e na capacidade de cada ser humano de transformar os seus desafios em oportunidades.

Apesar de estar em Portugal durante parte do ano, é em Moçambique que investe, constrói e sonha. E recusa-se a limitar o futuro da sua marca: pensa em criar a sua própria linha de roupa e, quem sabe, internacionalizá-la com ADN africano.

Para Áurea, o empreendedorismo em Moçambique está em ascensão, mas ainda enfrenta desafios estruturais — sobretudo no que diz respeito ao apoio às mulheres.

“Falta espaço para a mulher ter voz, propor, liderar. Já mostramos que conseguimos ser mães, profissionais e gestoras. Só falta a sociedade deixar-nos liderar mais.”



## Quem é Áurea fora da AG Fashion Store?

Determinada, exigente, leal e em constante evolução. Vê na humildade e na escuta uma das

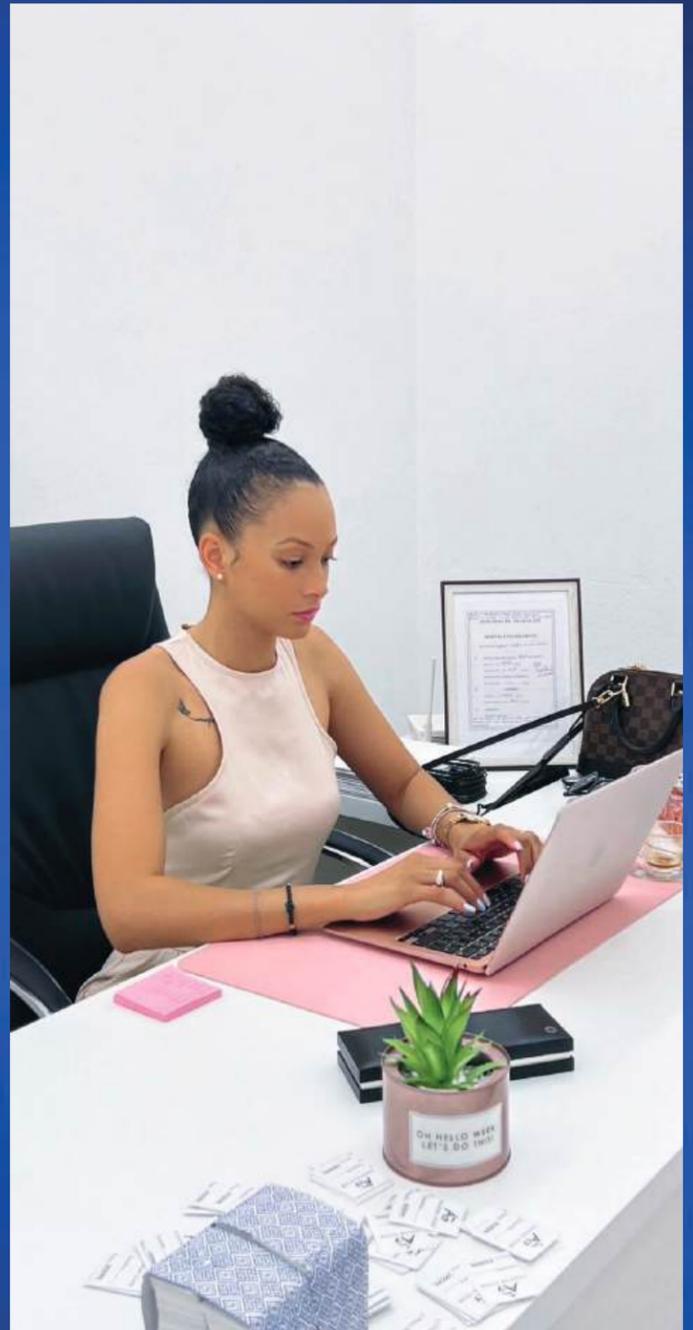
maiores forças de liderança. Valoriza a família acima de tudo e não acredita em crescer à custa dos outros.

“Não suporto a ideia de passar por cima de ninguém para alcançar o que desejo. Todos temos luz. O meu caminho é feito com respeito, ver-

dade e energia positiva.”

“Acredita antes de ver. Quando disse à minha mãe que queria abrir uma loja, nem eu sabia como. Mas sabia que ia resultar. Porque eu senti. Não esperes condições perfeitas. Arrisca, age, acredita de verdade. E o universo responde.”

Contactos AG Fashion Store  
Loja: Shopping Baía Mall, Maputo  
Instagram: @a.gfashionstore  
Contacto: 85 511 9398





# Transformando Negócios & Criando Experiências Únicas



## Na WH IMPACT

Somos especializados em oferecer soluções inovadoras em consultoria empresarial e na organização de eventos corporativos. Nosso objetivo é ajudar empresas a atingirem seu máximo potencial através de estratégias personalizadas e eventos que geram impacto e conectam pessoas e ideias.

## Porquê Escolher-nos?

- + Garantimos soluções eficazes e personalizadas, alinhadas às necessidades do seu negócio.
- + Desenvolvemos estratégias inovadoras para impulsionar o crescimento e o sucesso duradouro de nossos clientes.



### Consultoria Empresarial

*Consultoria estratégica para negócios em crescimento*



### Eventos Corporativos

*Organização de eventos corporativos memoráveis*



### Treinamentos Corporativos

*Desenvolvimento de programas de treinamento e workshops*

## Contate-nos



820 588 990



info@wh-impact.com



wh-impact.mailchimpsites.com

LUHANE GAGNAUX:

## A liberdade de empreender — A jornada de um visionário moçambicano

**N<sup>a</sup>**

**contracapa da 31ª edição da PM Services Magazine, apresentamos a história inspiradora de Luhane Gagnaux, um jovem empreendedor que, com apenas 15 anos, iniciou uma caminhada corajosa e precoce no mundo dos negócios. Mais do que construir empresas, Luhane construiu um propósito — e hoje é exemplo de como a ambição, quando guiada por valores sólidos, pode transformar a realidade de muitos.**

Com espírito inquieto e olhar atento às oportunidades, Luhane começou por revender telemóveis e artigos electrónicos, sem capital inicial, apenas com estratégia e inteligência: primeiro encontrava os clientes, depois o produto. O objectivo inicial era simples — ter dinheiro para pequenos luxos, para sair com os amigos, para comprar o que os pais, por escolha educativa, não lhe ofereciam.

“A motivação começou pela vontade de viver melhores experiências. Mas depois percebi que o dinheiro sem liberdade não vale muito. O que me movia, de verdade, era a autonomia.”

Desde cedo, Luhane revelou traços de liderança e espírito crítico. Questionador por natureza, nunca aceitou regras impostas sem lógica. Esse perfil fez dele não apenas um empreendedor, mas um pensador estratégico, um jovem atento ao mundo, que estudava modelos internacionais e aplicava, à sua escala, inovações ousadas em Moçambique.



As ideias de Luhane nem sempre foram bem recebidas à primeira. Inovou com uma lavagem ecológica que usava apenas um copo de água por carro — e enfrentou o cepticismo dos clientes. Criou uma aplicação de descontos antes da era digital estar disseminada. Lançou uma agência de marketing digital quando muitos empresários ainda não compreendiam o conceito.

**“O maior desafio sempre foi a resistência à inovação. Mas aprendi a educar o mercado. E a persistência, com o tempo, transforma a dúvida em confiança.”**

**di a educar o mercado. E a persistência, com o tempo, transforma a dúvida em confiança.”**

Foi após ganhar o prêmio Mostec, numa iniciativa do grupo SOICO, que Luhane começou a entender o poder da visibilidade. A exposição mediática tornou-se uma alavanca. Desde então, passou a construir estrategicamente a sua marca pessoal, partilhando conquistas, experiências e valores com o público.

**“Percebi que as pessoas**

**compram confiança. E visibilidade gera credibilidade. A minha marca pessoal passou a ser um canal directo de negócios.”**

Hoje, Luhane lidera vários negócios: empresas de marketing, tecnologia, educação, serviços e imobiliário. É também investidor em sectores estratégicos. Usa o processo de validação Design Team para testar ideias antes de lançá-las, e acredita que a maior arma de qualquer jovem é saber vender — e vender bem.

**“Se sabes vender, tens**

**clientes. Se tens clientes, tens receita. E se tens receita, podes resolver qualquer desafio.”**

Mais do que riqueza, Luhane procura liberdade de tempo, de decisão, de acção. Com processos bem definidos, tecnologia como aliada e uma equipa sólida, conseguiu encontrar um equilíbrio entre responsabilidade empresarial e vida pessoal.

**“A liberdade não é ausência de trabalho. É poder escolher como, onde e com quem se trabalha.”**



Tomar decisões difíceis, despedir colaboradores, deixar ideias pelas quais nutria afecto — tudo isso fez parte do percurso. Mas hoje, com lucidez, Luhane compreende que ser empresário exige mais razão do que emoção. E que manter a consistência é o verdadeiro segredo do sucesso.

Já representou o país em eventos internacionais, como o ITU Telecom World, e ajudou Moçambique a conquistar o primeiro lugar numa competição global. Leva referências externas para elevar o nível do que se faz cá dentro, sem nunca perder o foco na necessidade real do mercado.

“Ser moçambicano é ter um potencial imenso nas mãos. Falta muita coisa — e é aí que as oportunidades nascem.”

Discreto quanto aos planos, mas claro na missão, Luhane quer continuar a inovar, a servir com excelência e a formar líderes. Para quem deseja empreender, deixa um conselho direto e honesto:

“O melhor dia para começar foi ontem. O segundo melhor é hoje. Não esperes pelas condições ideais — começa pequeno, mas começa. Aprende, ajusta e evolui pelo caminho.”





DA BISTURI À ESPÁTULA:

# A doce reinvenção de Shanawaz Cêra



*“Aprendi não só outras variedades de doces, mas também técnicas de produção, conservação e descobri algumas máquinas que me facilitam bastante na minha produção diária.”*

”

**N**um mundo em constante transformação, poucas histórias inspiram tanto quanto a de Shanawaz Ruas Abdul Carimo Issá Cêra. Natural de Maputo e com 48 anos de idade, esta mulher determinada reinventou-se por completo após um revés de saúde que a afastou da Medicina Dentária — profissão que exercia com paixão — para dar lugar ao universo encantado da confeitaria. Hoje, é sinónimo de doces de excelência e resiliência admirável.

*“A minha paixão pela confeitaria — e pela cozinha em geral — nasceu há muito*

*tempo, quando ainda era adolescente. Aprendi a cozinhar com as minhas avós”,* conta Shanawaz, com um sorriso no rosto. A memória afectiva que liga sabores e afectos foi o ponto de partida para uma jornada que, mais tarde, se revelaria transformadora.

Em 2014, após ser submetida a uma delicada cirurgia na coluna cervical, Shanawaz viu-se obrigada, por recomendação médica, a abandonar a sua carreira como Médica Dentista. *“Não foi fácil, e nem foi por vontade própria”,* partilha. *Mas a sua natureza inquieta e apaixonada levou-a a descobrir uma nova for-*

*ma de expressão: os doces. “Como não consigo estar parada, decidi começar a fazer doces — algo que eu amo fazer.”*

Um dos maiores desafios foi apresentar os seus produtos ao público. *“E não só! Foi também conseguir todos os ingredientes e acessórios para fazer brigadeiros (que, na altura, era um doce pouco conhecido e vendido no nosso país).”* Persistente, Shanawaz não se deixou abater pelas dificuldades logísticas ou pela novidade do seu produto no mercado local.

Surpreendentemente, a sua formação em Medicina Dentária não se refletiu directamente na sua nova profissão. *“Na verdade, o meu background na Medicina Dentária não influenciou em nada o meu trabalho actual, e não existe nenhuma ligação entre as duas áreas!”*

Como em qualquer percurso empreendedor, houve momentos de dúvida. *“Houve sim, alguns momentos em que quis desistir da confeitaria. Como em todos os negócios e profissões, tive dias não tão bons.”*



**Mas fazer doces é a minha verdadeira paixão. É na minha cozinha que eu esqueço do mundo lá fora, e foi onde encontrei o meu stress release."**

Autodidata e curiosa por natureza, sempre gostou de trabalhar com as mãos. **"Dá-me muito prazer testar novas receitas e novas técnicas. A área da confeitaria está sempre a desenvolver-se. Apesar de fazer muitos tipos de doces e bolos, a linha de produtos que mais me representa são os brigadeiros!"**

Em 2019, viajou até São Paulo, Brasil, onde frequentou uma prestigiada escola de confeitaria. "Aprendi não só outras variedades de doces, mas também técnicas de produção, conservação e descobri algumas máquinas que me facilitam bastante na minha produção diária." Um passo decisivo que elevou o seu trabalho a um novo patamar de profissionalismo.





# Brigadeiros de Samba

A sua presença nas redes sociais, como Instagram e Facebook, tem contribuído para atrair novos clientes. Ainda assim, Shanawaz acredita que o verdadeiro motor da sua marca é o carinho e a confiança dos clientes habituais. “A maior publicidade vem dos meus clientes fidelizados, que passam a palavra e sabem que os meus serviços — e os meus doces — são feitos

sempre com muito carinho. Faço questão de utilizar sempre as melhores marcas de ingredientes do mercado nacional e internacional.”

Aos que, um dia, se virem obrigados a mudar de rumo, Shanawaz deixa uma mensagem inspiradora: “Descubra a sua paixão, aquilo que a sua alma realmente

gosta e anseia fazer — e dê o primeiro passo com muita fé. Porque quem faz aquilo que ama, nunca tem, na verdade, que ‘trabalhar’.

No horizonte, a confeitadora visiona uma loja física onde os clientes possam adquirir os seus produtos sem necessidade de encomenda prévia. “E também penso

em começar a dar cursos — tenho tido muitos pedidos para ensinar o que faço!”, revela com entusiasmo.

A história de Shanawaz Cêra é, sem dúvida, um hino à coragem, à paixão e à capacidade humana de transformar desafios em oportunidades — e dificuldades em verdadeiras delícias.



EMM  
EXECUTIVE MOM  
LMA

MMMM  
H O L D I N G  
CONSULTORIA & SERVIÇOS



# QUER DAR VOZ AO SEU **NEGÓCIO?**

## A Sua Marca Merece Brilhar!

Na PM Services Magazine, damos mais do que publicidade – oferecemos visibilidade estratégica, entrevistas de destaque e bônus especiais que posicionam a sua empresa no centro das atenções!

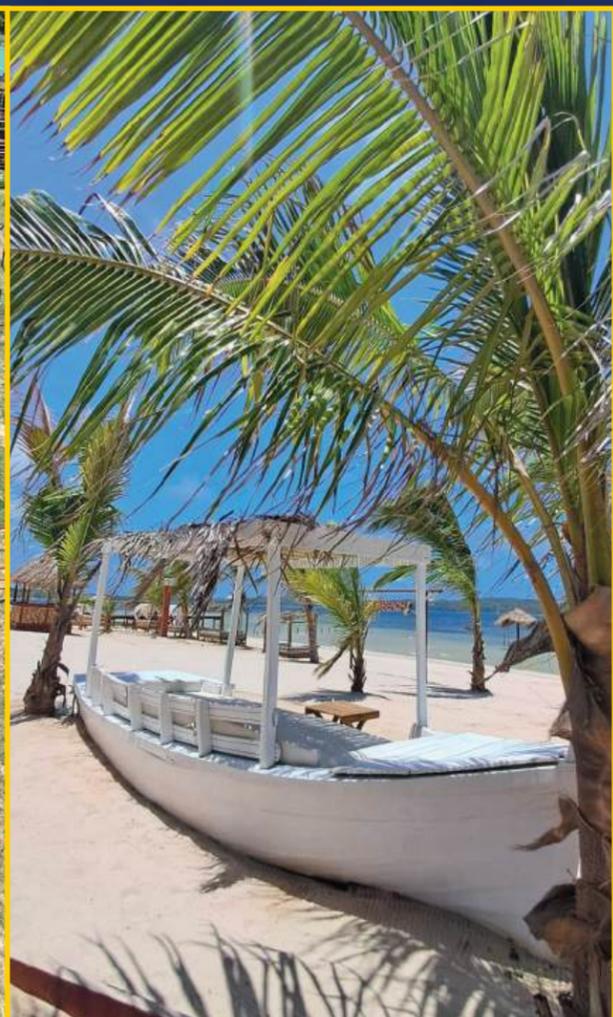
### O QUE VOCÊ GANHA?

- ✓ Divulgação em redes e meios com grande alcance
- ✓ Entrevista exclusiva que conta a sua história
- ✓ Conexão direta com clientes e parceiros
- ✓ Imagem profissional e autoridade no mercado

**Não fique invisível!** 

Mostre ao mundo o poder da sua marca.

 (+258) 86 120 7151  [servicespmm@gmail.com](mailto:servicespmm@gmail.com)



Koko Beach

# Summer Beats

Sábado

**06 DE SETEMBRO**

**14horas**

**Save the date**

**PRAIA DO BILENE**



**FLÁVIO FONTES:**

# Entre a música, a publicidade e a fé – a jornada de um artista moçambicano que inspira

**P**articipar no Fama Show em 2008 foi, para Flávio Fontes, o início de uma viragem significativa na sua vida pessoal e artística. Natural da cidade da Beira, o artista destaca esse momento como um marco vitorioso, não apenas por ter alcançado o segundo lugar, mas pelo impacto duradouro que esse reconhecimento trouxe. “Muitas portas abriram-se... na música, na moda, na fotografia publicitária”, partilha com gratidão.

A sua trajectória é marcada pela versatilidade. Enquanto músico, Flávio move-se com naturalidade entre estilos como a kizomba, o Zouk e o R&B, sempre com uma mensagem clara: amor, afecto, arrependimento, alegria. “O importante é trazer mensagens legíveis. As minhas músicas falam do quotidiano e são escritas com alma”, afirma.

Já no universo da imagem, encontrou na publicidade uma plataforma sólida para vender a sua presença e carisma. Participou em várias campanhas de marcas de renome em Moçambique — sendo o trabalho com o Banco BCI aquele que mais o marcou: “Pela qualidade, pela expansão... foi um projecto que me definiu a longo prazo”.

Ser modelo de outdoor, defende, exige mais do que boa aparência: “É preciso ser natural, entregar-se de corpo e alma à cena”. Essa entrega tornou-se uma das suas maiores forças, permitindo-lhe manter-se relevante ao longo dos anos, mesmo enfrentando obstáculos: “Fecharam-se muitas portas, mas outras abriram-se. Sempre acreditei que se não foi daquela vez, é porque ainda não era a hora. Levo esse lema comigo até hoje”.

A sua vivência artística revela uma conexão íntima entre a música e a moda. Para ele, ambas caminham lado a lado, influenciando-se mutuamente e reflectindo quem é como artista. “Procuro sempre alinhar-me com essas duas artes. No videoclipe ou numa campanha, vendo a imagem que sou”.



Com humildade e uma fé inabalável, Flávio acredita que a base de qualquer trajetória duradoura está no carácter: “Contribuo com foco, entrega e autenticidade. Todos os dias aprendemos. Ninguém sabe tudo. Nunca deixo de orar a Deus”.

Ao falar sobre o panorama cultural em Moçambique, é direto: “Temos talento, temos arte. O que falta são oportunidades. Muitos artistas não chegam ao topo e acabam frustrados. Mas acredito que a cultura moçambicana ainda vai atingir o respeito e valorização que merece”.

E se tivesse de aconselhar o jovem que pisou os palcos do Fama Show em 2008? A resposta é clara: “Seja humilde, persistente, tenha foco. Aperfeiçoe-se todos os dias e confie em Deus”.

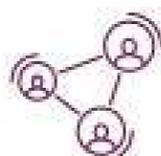
Sobre o futuro, deixa uma certeza: “Ainda não estou realizado. O melhor de mim ainda está por vir. Apesar das exigências do dia a dia, arranjo sempre tempo para fazer o que amo. Podem esperar novos projectos, novas músicas, novas campanhas. Ainda tenho muito para dar.”

A história de Flávio Fontes é, acima de tudo, um testemunho de fé, coragem e autenticidade — um verdadeiro exemplo para todos os jovens moçambicanos que sonham com uma carreira artística, mas não querem abdicar dos seus princípios.

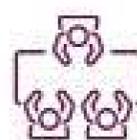




## NOSSOS PILARES



PARCERIAS  
ESTRATÉGICAS



COACHING E  
MENTORIA



GESTÃO DE PROJECTOS  
SUSTENTÁVEIS



EVENTOS  
CORPORATIVOS



SOLUÇÕES  
ESPECIALIZADAS



PRESTAÇÃO  
DE SERVIÇOS

 (+258) 87 371 8876 | 84 340 0475

 Conexão Plus

 [conexaoplus@conexaoplus.co.mz](mailto:conexaoplus@conexaoplus.co.mz)

 Maputo - Moçambique



# CONEXÃO PLUS

CONECTANDO ESTRATÉGIAS



# NOSSOS SERVIÇOS

- **Contabilidade**
  - **Fiscalidade**
  - **Gestão de Escritórios virtuais**
  - **Consultoria**
    - Em Recursos humanos
    - De Gestão empresarial
    - Em gestão financeira pessoal e familiar
  - **Assessoria**
    - Em criação e registo de empresas
    - Na tramitação de documentos
  - **Treinamento em educação financeira**
- 



**ellen esv**  
CONTABILIDADE | FISCALIDADE | FINANÇAS



**Shelvina Yusuf**





# SENTES QUE MERECEES MAIS, MAS ALGO TE BLOQUEIA?

Na Yanina Writer – Consultoria, aplicamos neurociência, psicologia positiva e técnicas práticas para te ajudar a superar crenças limitantes, ganhar clareza, equilíbrio emocional e resultados duradouros.

**CONSULTAS ONLINE E PRESENCIAIS  
ADAPTADAS À TUA REALIDADE.**

## ÁREAS DE ACTUAÇÃO:

- ❖ Mudança comportamental e emocional
- ❖ Desenvolvimento pessoal e profissional
- ❖ Superação de bloqueios, traumas e crenças limitantes
- ❖ Formações temáticas, cursos e palestras

**REALIZAMOS ATENDIMENTO: INDIVIDUAL,  
PARA CASAIS, EMPRESAS E INSTITUIÇÕES.**

**OU TE TRANSFORMAS... OU PERDES-TE. MARCA JÁ A TUA SESSÃO.**



KOSMOZ CLÍNICA – SOMMERCHIELD  
RUA ORLANDO MENDES, Nº 141



+258 82 430 2788

## FINAS COSMETICS

# A revolução sensível e consciente de Ester Machumele no universo da beleza

Aos 23 anos, Ester Feliciano Faduco Machumele, natural da cidade da Beira, província de Sofala, está a transformar o mercado moçambicano de cosméticos com a sua marca Finas Cosmetics. Um projecto nascido do desejo de autonomia financeira, mas que rapidamente se tornou numa missão de bem-estar, autoestima e impacto social real. Nesta entrevista inspiradora, Ester revela os bastidores da sua jornada empreendedora, os desafios de um mercado competitivo, o compromisso com a sustentabilidade e a importância de ouvir o cliente em cada fórmula.

**“Tudo começou com a vontade de empreender e ser financeiramente independente”**, partilha Ester. Antes de criar a Finas Cosmetics, comercializava roupas da fardo, mas não obteve o retorno esperado. Foi então que o olhar atento ao mercado despertou-lhe para a crescente procura por produtos de skincare. Aliando este nicho ao seu gosto pessoal por cuidados com a pele, nasceu uma marca que, hoje, se posiciona como referência no cuidado com a beleza moçambicana.

A Finas Cosmetics aposta numa abordagem que concilia tradição e inovação. Ester combina activos modernos com ingredientes naturais consagrados, como a argila, oferecendo produtos eficazes, acessíveis e visualmente atrativos. **“Inovar é importante, mas sem perder a essência daquilo que já funciona”**, explica.

Mesmo em fase de crescimento, Ester assume um compromisso com práticas conscientes. Aposta em fórmulas com ingredientes naturais, que respeitam a pele e o meio ambiente. **“O mais importante para mim é crescer com responsabilidade”**, afirma, reforçando que o sucesso de uma marca não deve ser construído à custa do planeta.

Desenvolver um bom sérum ou perfume, para Ester, vai muito além da estética. É uma experiência sensorial que começa antes mesmo do uso. **“Testo cada produto antes de o lançar, priorizo aromas agradáveis, boas texturas e benefícios reais”**, revela. E para comunicar tudo isto? Marketing sensorial. **“Uso bastante as redes sociais para mostrar a textura, os benefícios e até o medo de usar. Faço vídeos curtos, mostro o antes e depois, e deixo os próprios clientes partilharem a sua experiência”**, conta.

Num mercado saturado e altamente competitivo, conquistar a confiança do público foi o maior desafio. Ester fê-lo com atendimento próximo, honestidade e consistência na entrega de resultados. **“No início, não tinha muita variedade. Mas com organização e esforço, fui crescendo”**, recorda. Cada cliente satisfeito foi um passo rumo à consolidação da marca.

Apesar de muitos produtos terem origem na China, Ester faz questão de selecionar opções que dialoguem com a realidade e necessidades da pele moçambicana. **“O nosso posicionamento é esse: adaptar o melhor do mercado global à rotina de beleza das mulheres locais”**, afirma, valorizando a identidade cultural no seu portefólio.

Mais do que um gesto estético, cuidar da pele, para Ester, é um acto de amor-próprio e saúde mental. **“Vejo o autocuidado como uma pausa necessária na rotina. Usar um perfume meu ou aplicar um sérum é mais do que beleza. É reconectar-se consigo mesma”**, declara.



# Finas Cosmetics

**Gel de limpeza**  
450mts

**Efoliante corporal**  
450mts

**Mascára facial**  
150mts

**Perfume**  
550mts

**Perfume**  
550mts

**Protector solar**  
450mts

**Serúm facial**  
650mts

**Óleo corporal**  
650mts

@finascosmetics

Nada motiva mais do que a transformação real na vida dos clientes. Ester emociona-se ao recordar uma cliente que sofria com manchas nas mãos e obteve melhorias visíveis com os produtos da marca. **“Ela ficou tão satisfeita que recomendou-me a outras pessoas que também se tor-**

**naram minhas clientes. Isso tocou-me profundamente e reforçou a certeza de que estou no caminho certo”,** conta.

Quando questionada sobre o que diria a jovens que sonham com uma marca própria, Ester é

enfática: **“Comecem com aquilo que têm e acreditem na visão. Observem o mercado, escutem os clientes, estudem, e sobretudo, tenham amor, propósito e vontade de crescer. Não é fácil, mas cada passo vale a**

**pena.”**

Finas Cosmetics é hoje o espelho da determinação de uma jovem que não se limitou às dificuldades do começo, mas que fez delas a ponte para construir uma marca com alma, propósito e impacto. Uma verdadeira lição de empreendedorismo moderno com raízes locais e visão global.

# FINA'S COSMETICS



Produtos de skincare que nutrem, protegem e realçam sua beleza natural

 Especializados em:

- Manchas
- Oleosidade
- Acne
- Hidratação profunda

Já ajudamos várias clientes a recuperar a autoestima e a se sentirem bem com sua pele!

 WhatsApp:  
869 320 670

 @finascosmetics



Finas Cosmetics





# MAUTE GROUP

Let's  
move  
together<sup>®</sup>

## Coffee & Yappp - Conversas com alma

*Que tocam, despertam e transformam*

com Sylla Faruk

1500 Mtn

Cell: 86 986 2451

Instagram: Coffee.e.Yappp

Instagram: SyllaFaruk



# PROLEADER

CONSULTING



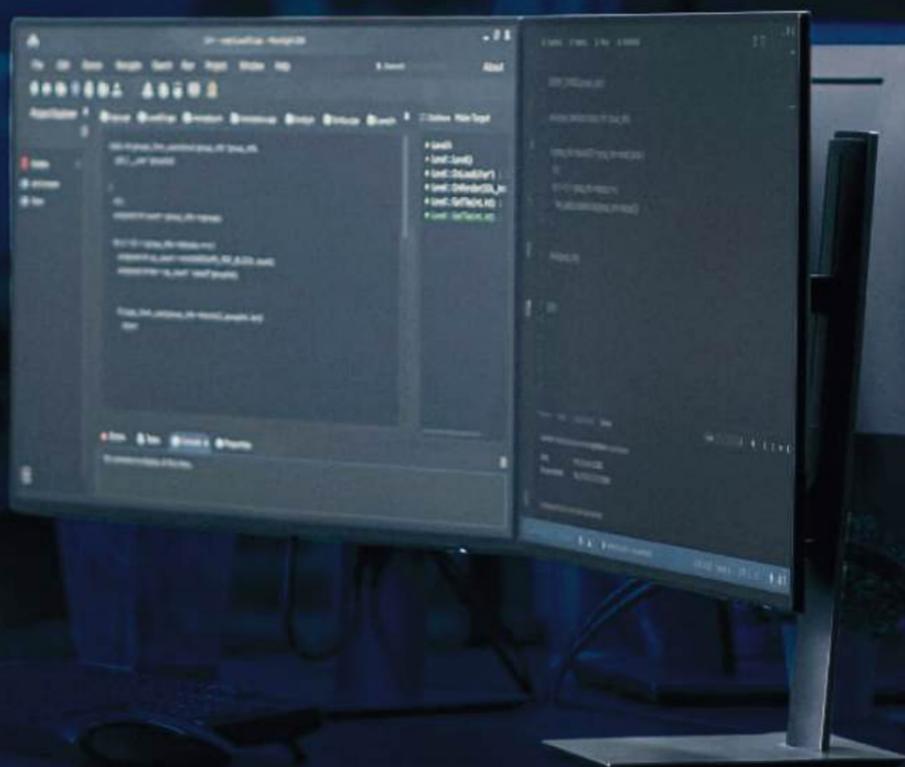
# Impulsione a sua imagem com um site profissional.

**Domínio** (.co.mz ou .com)

**Hospedagem** ( 6 Meses )

**Emails** ( ilimitados )

**15.000 Mt**  
Sem Iva



Mais informações pelo nosso atendimento no Whatsapp  
+258 85 779 9104



## FOTOGRAFIA COM PROPÓSITO:

# A jornada inspiradora de Egon Jorge Pelembé



**D**esde tenra idade, Egon Jorge Pelembé demonstrou

um fascínio peculiar pelo poder da imagem. Influenciado pelo pai, um apaixonado pela arte fotográfica, Egon cresceu rodeado por

câmaras e memórias impressionantes. “As nossas sessões de photoshoot de rua, em que percorremos a cidade de Maputo à procura de ambien-

tes únicos para captar imagens, foram fundamentais para despertar essa paixão”, recorda com entusiasmo.

Com o tempo, essa paixão transformou-se em propósito. O momento decisivo surgiu quando, sendo um dos poucos no seu bairro a possuir uma câmara, começou a ser procurado para registar aniversários e eventos familiares. A fotografia, que até então era um passatempo, revelou-se uma oportunidade de negócio. “Foi aí que percebi que poderia gerar rendimento com algo que amo fazer.”

Contudo, o caminho não foi isento de obstáculos. Um dos maiores desafios que enfrentou foi a pós-produção das imagens. “Sentia-me inferior ao comparar o meu trabalho ao de outros profissionais, principalmente na edição. Isso desgastava-me e, por vezes, fazia-me duvidar do meu talento.” Ainda assim, a persistência falou mais alto.

Os seus primeiros clientes chegaram por meio de recomendações — amigos, vizinhos e familiares que acreditaram no seu potencial e partilharam o seu trabalho. Essa rede de apoio foi essencial para os primeiros passos.

Egon é também um profissional dedicado à formação contínua. Há cerca de quatro anos concluiu um curso de



Multimédia, o qual moldou significativamente a sua abordagem. “Sou também designer gráfico, especialista em marketing e domino quase todos os programas da Adobe. Essa base técnica permite-me oferecer um serviço mais completo e competitivo.”

Com um olhar atento e apurado, Egon revela uma preferência clara pela fotografia de retratos e moda. “Nesses segmentos, consigo explorar a minha criatividade ao máximo. Já em eventos, temos de trabalhar sob pressão e não há espaço para erros.”

Em Maputo, onde está sediado, o mercado fotográfico está em plena expansão, sobretudo nos nichos de aniversários e fotografia de produtos, impulsionado pelas crescentes vendas online. “Há cada vez mais marcas a investirem na imagem e isso abre espaço para o nosso trabalho.”

Longe de se limitar à fotografia, Egon diversificou os seus projectos e hoje lidera outros negócios ligados à multimédia.

“Consigo conciliar tudo graças a uma equipa eficiente de secretárias e parceiros. Trabalho em rede e isso faz toda a diferença.”

Sobre a concorrência e os preços, prefere manter-se alinhado aos valores praticados na sua região. “Não se trata apenas de preço, mas sim do valor e da experiência que entregamos ao cliente.”

Para o futuro, Egon tem planos bem definidos. “Quero finalizar a estruturação do meu estúdio e centralizar todos os meus serviços num só espaço. O objectivo é criar um centro criativo que seja referência em Maputo.”

Com um percurso marcado por paixão, resiliência e visão estratégica, Egon Jorge Pelembé é hoje um exemplo inspirador para os jovens moçambicanos que desejam transformar o talento em negócio. A sua história prova que, quando se alia amor pelo que se faz com dedicação, os sonhos podem, de facto, tornar-se realidade — uma imagem de cada vez.

PELA SEGUNDA VEZ:

# COMARP Awards vai premiar profissionais de Comunicação, Marketing e Relações Públicas

**P**ela segunda vez consecutiva, o Moçambique COMARP

**Awards vai celebrar o talento e a excelência dos profissionais das áreas de Comunicação, Marketing e Relações Públicas, numa cerimónia marcada para o próximo mês de Setembro, na cidade de Maputo.**

A iniciativa, que se tem vindo a afirmar como uma referência nacional no reconhecimento do mérito profissional, promete reunir especialistas, empresas, jovens talentos e instituições que, ao longo do último ano, se destacaram pelo seu contributo significativo para o crescimento organizacional, inovação estratégica e impacto social.

Nesta edição, o COMARP Awards expande o seu alcance com a introdução de diversas categorias, que abrangem tanto instituições quanto profissionais do sector. As categorias corporativas procuram reconhecer campanhas, estratégias e projectos de impacto desenvolvidos por empresas, agências e organizações. Já as categorias individuais visam destacar talentos emergentes e profissionais que se tenham destacado pelo seu contributo, criatividade ou liderança.

Segundo Yud da Costa, coordenador do Fórum de Comunicação, Marketing e Relações Públicas (COMARP Fórum), as distinções atribuídas não são apenas formais. Representam, acima de tudo, um símbolo de identidade, pertença e dignidade para os profissionais que constroem as narrativas e os discursos que movem empresas, marcas e instituições.

Conforme explicou o coordenador, o prémio tem o mérito de colocar no centro do palco os protagonistas da Comunicação, Marketing e Relações Públicas de Moçambique, desde empresas, os profissionais mais experientes aos talentos emergentes, conferindo-lhes o devido reconhecimento pela sua criatividade, impacto e compromisso.





“Estas premiações têm a particularidade de dar rosto, voz e palco a profissionais, empresas, jovens talentos e instituições que estão a transformar o sector da Comunicação, Marketing e RP em Moçambique. É uma forma de reconhecer, publicamente, o mérito destes profissionais”, afirmou.

O COMARP Awards distingue-se por contar com um processo de avaliação transparente

e rigoroso, conduzido por um júri independente. Esta equipa é composta por profissionais de renome e com vasta experiência em diversas áreas, incluindo comunicação, marketing e relações públicas, oriundos de diferentes países.

De acordo com Vicente Siteo, membro do Júri, o processo de selecção dos premiados obedece a critérios rigorosos que asseguram a integridade e o mérito das dis-

tinções. A avaliação contempla factores como a experiência profissional, o impacto do trabalho desenvolvido no campo corporativo e na sociedade, entre outros.

Na edição inaugural, realizada em 2024, mais de 30 profissionais e organizações foram homenageados, com especial destaque para a atribuição do “Prémio Carreira” a Leandro Paul, reconhecido como uma das vozes mais influentes da comunicação empresarial no País. Esta distinção emblemática serviu para enaltecer um percurso profissional marcado pela consistência, inovação e liderança no sector, e estabeleceu um precedente de prestígio para as futuras edições do COMARP Awards.

As candidaturas para o COMARP Awards 2025 já estão abertas e podem ser submetidas de forma simples e rápida através da plataforma digital disponível no site oficial: [www.forum.comarp.co.mz/awards](http://www.forum.comarp.co.mz/awards)

Os interessados devem consultar o regulamento, preencher o formulário de inscrição e submeter os seus projetos ou perfis profissionais até meados de Agosto. A organização incentiva a participação de empresas, instituições públicas e privadas, agências, estudantes e profissionais do sector, promovendo um ambiente de valorização e reconhecimento das boas práticas em Comunicação, Marketing e Relações Públicas.

## O LEGADO DE UM SORRISO:

# A Trajetória Brilhante de Gerson Pedro José Langa, o Primeiro Moçambicano Doutorado em Periodontia



“A vida mostrou-me que os maiores destinos nascem quando temos coragem para mudar de rota.”

– Gerson Pedro José Langa

Num mundo em que os sorrisos valem mais do que palavras, Gerson Pedro José Langa não só aprendeu a restaurá-los, como a transformá-los em pontes para o futuro. Aos 31 anos, tornou-se o primeiro moçambicano com doutoramento em Medicina Dentária com ênfase em Periodontia — um feito histórico que nasce da paixão, da persistência e do desejo genuíno de servir.

A PM Services Magazine mergulhou na inspiradora jornada deste jovem profissional que está a redefinir a saúde oral em Moçambique e a dar novo fôlego à medicina dentária no continente africano.

O início da carreira de Gerson foi, nas suas palavras, como o de muitos jovens: recheado de sonhos, mas sem direcção certa. Recém-licenciado em Medicina Dentária em 2015, começou a exercer em Moçambique com o firme desejo de especializar-se na área de implantodontia. Ironicamente, na altura, dizia convicto: “Duas coisas que nunca serei: cirurgião e periodontista.”

O destino, contudo, é mestre em ironias e arquitecto de surpresas. Foi durante um estágio clínico que um mentor lhe lançou a semente da Periodontia — a mesma que hoje o posiciona como referência em África. Com incentivo da família e a ambição de transcender fronteiras, Gerson embarcou para o Brasil, onde viria a escrever um capítulo único da história mo-

çambicana na área da saúde oral.

Entre 2017 e 2021, Gerson Langa viveu uma das mais exigentes fases da sua vida. Kursou simultaneamente a especialização em Periodontia e o Doutoramento em Odontologia na prestigiada Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Não voltou a Moçambique nem uma única vez durante este período. Sacrifício? Sem dúvida. Mas também excelência, disciplina e paixão.

A sua dedicação rendeu frutos colossais: foi seleccionado para a bolsa de doutoramento da Latin America Oral Health Association, patrocinada pela Colgate-Palmolive, tornando-se o primeiro africano a recebê-la.

“Hoje, olho para trás e vejo como a **Periodontia não apenas abriu portas para a Implantologia — que sempre foi um sonho — mas também despertou em mim a paixão pela ciência e pelas cirurgias.**”

Para Gerson, ciência não é algo que se encerra em artigos académicos ou laboratórios. É ferramenta de transformação. A sua tese, defendida em plena pandemia, reuniu audiência de três continentes e marcou o início de uma nova etapa: a de partilhar o saber com outros.

De regresso ao país natal, tem usado o seu conhecimento para capacitar jovens dentistas, orientar pacientes e promover saúde com uma abordagem integral, ética e profundamente humana.

Entre as muitas batalhas travadas no dia-a-dia clínico, está a desconstrução de mitos. Gerson alerta: “Implantes não são soluções mágicas. São compromissos de saúde.”

A desinformação é, segundo ele, o maior inimigo. O seu trabalho passa também por educar — um acto de empatia e responsabilidade — tornando a ciência acessível e as decisões mais conscientes.

Com o irmão médico, Gerson fundou a MediGrowth, uma proposta arrojada que une medicina dentária, saúde mental e bem-estar nas empresas. Fruto de observações clínicas e da preocupação com os efeitos do stress laboral, o projecto é hoje uma referência em promoção de saúde integral no meio corporativo moçambicano.



O programa +Vida 360, por exemplo, está a transformar ambientes de trabalho, promovendo equilíbrio entre produtividade, saúde física e estabilidade emocional.

O futuro da medicina dentária é digital. Mas Gerson reforça: "Será digital, integrado e profundamente humano."

O acesso à tecnologia ainda é um desafio em muitos países afri-

canos. Contudo, a democratização virá com a consciencialização e o crescimento do sector. Para ele, os profissionais da nova geração terão de abraçar a inovação sem perder o coração da profissão: o cuidado com o ser humano.

Na sua visão, a maior transformação virá através da educação em saúde oral. Mitos e crenças erradas ainda dominam muitas comunidades e impedem tratamentos simples de serem realizados a tempo.

***"Prevenir é mais humano e mais sustentável do que tratar. A política pública ideal começa por ensinar."***



Dr. Gerson Pedro J. Langa  
Médico Dentista  
Periódica e Implantologia



A abordagem clínica de Gerson é clara: primeiro saúde, depois beleza. O seu método privilegia a escuta, o realismo e a confiança. Num mundo de resultados imediatos, ele ensina os seus pacientes a valorizar o processo e não apenas o espelho.

“A verdadeira transformação vai além da estética. Envolve equilíbrio, responsabilidade e bem-estar.”

A história de Gerson é uma carta de amor à juventude moçambicana. Aos futuros dentistas, ele deixa uma mensagem clara:

“Mira na lua — se atingires uma estrela, já valeu a pena. Sonhar alto e trabalhar com propósito é o segredo.”

O seu percurso é prova de que a excelência não é um dom reservado, mas uma conquista disponível a quem sonha com coragem e trabalha com alma.

Gerson Pedro José Langa

31 anos | Periodontista e Doutorado em Medicina Dentária

Mentor | Professor | Fundador da MediGrowth

Primeiro moçambicano com especialização e doutoramento em Periodontia



Malachi Plant dsp:  
Android e IOS

## As Plantas Mais Pesquisadas em Moçambique!

Identifique estas plantas e muito mais com nosso app!

- Moringa
- Cajueiro
- Embondeiro
- Pau-rosa
- Palmeir
- Chanfuta

 +258 84 677 0773



**Malachi**  
PLANT IDENTIFIER



## Conteúdo Local & Procurement



MENTORIA

# FUTURO JURÍDICO

COM:  
**LÚCIA MACUÁCUA**

PRÓXIMA EDIÇÃO: **AGOSTO**

INVESTIMENTO  
**14.999,00 MT**

DURAÇÃO  
**DOIS (2) MESES**

UM (1) MÊS TEÓRICO | UM (1) MÊS PRÁTICO

**GARANTA A SUA VAGA AGORA**

**CPL** **CRISTIANA  
PACO LANGA**

# MASTERCLASS

CAPACITAÇÃO EM CONTEÚDO  
LOCAL E PROCUREMENT  
PARA ESTRUTURAR E FORNECER  
COM SUCESSO.

**3ª EDIÇÃO**



11 DE SETEMBRO  
DE 2025

INSCREVA-SE NO SITE

[WWW.CRISTIANAPACOLANGA.CO.MZ](http://WWW.CRISTIANAPACOLANGA.CO.MZ)

ORGANIZAÇÃO:



## CAPÍTULO II

# “O segundo passo do sucesso: Obediência ao propósito”

Por: Agostinho Muchave

*“A sabedoria te mostra o caminho, mas é a obediência ao propósito que te impede de te perder no meio da viagem.”*

A

história do rei Salomão, filho de David, é uma das mais notáveis narrativas de sucesso registradas nos textos antigos, especialmente pela forma como começou: não com conquistas militares ou estratégias políticas, mas com um pedido incomum. Quando Deus lhe ofereceu a possibilidade de pedir o que quisesse, Salomão escolheu sabedoria. E essa escolha agradou profundamente a Deus, que lhe concedeu não só um coração sábio e discernido, mas também riquezas, honra e prosperidade como nenhum outro rei do seu tempo.

Essa sabedoria foi o primeiro passo para a construção do seu sucesso. Com ela, Salomão julgava com justiça, edificava com grandeza e governava com equilíbrio. A sua fama espalhou-se por todos os cantos, e até mesmo a Rainha de Sabá veio testemunhar com os próprios olhos o esplendor da sua corte, a profundidade dos seus conselhos e a grandeza do seu reino.

Porém, com o tempo, algo começou a mudar. E é

neste ponto que se revela o segundo passo para o sucesso: a obediência ao propósito. Porque não basta possuir sabedoria; é preciso permanecer fiel ao sentido original que deu origem ao sucesso. A sabedoria mostra o caminho, mas só a obediência garante que esse caminho será percorrido até ao fim, sem desvio, sem corrupção, sem queda.

A sabedoria que Salomão possuía não o livrou das tentações do poder. Com o passar dos anos, ele multiplicou alianças políticas por meio de casamentos, acumulou bens e exércitos, e começou a construir altares para divindades estrangeiras, influenciado por mulheres que não partilhavam da sua fé nem dos seus valores. Foi assim que ele começou a afastar-se do propósito original de governar como servo de Deus e do povo de Israel, tornando-se um rei preso ao seu próprio luxo e vaidade.

Essa infidelidade ao propósito comprometeu o legado de Salomão. Ao invés de terminar como o mais sábio e obediente dos reis, terminou com um reino dividido. O seu sucesso foi manchado pela desobediência. A lição é clara e profunda: o sucesso começa com sabedoria, mas só é sustentado com fidelidade ao propósito para o qual se foi chamado.

## Sucesso não é apenas chegar: é permanecer

Num mundo obcecado por conquistas imediatas, resultados visíveis e êxito financeiro, muitos confundem sucesso com a simples capacidade de alcançar metas. No entanto, o sucesso verdadeiro — aquele que permanece, que honra a história, que inspira outras vidas — é aquele que se constrói sobre alicerces firmes, entre os quais se destaca a fidelidade ao propósito interior.

Ter sabedoria é saber o que é certo. Obedecer ao propósito é fazer o que é certo, mesmo quando custa, mesmo quando dói, mesmo quando o mundo oferece alternativas mais fáceis ou aparentemente mais vantajosas. É manter-se leal a uma missão que, muitas vezes, ninguém vê, mas que queima silenciosamente dentro da consciência.

Obedecer ao propósito é resistir à tentação de viver apenas para si. É não trair os valores em troca de aplausos. É não vender a alma por sucesso passageiro. Muitos fracassaram não por falta de inteligência ou competência, mas por infidelidade ao seu chamado. E muitos que não eram os mais brilhantes ou talentosos, permaneceram firmes e deixaram legados eternos, justamente porque foram fiéis.

A obediência ao propósito também exige vigilância. O que começa com paixão pode tornar-se rotina. O que foi iniciado com pureza pode ser envenenado por vaidade, orgulho ou medo. É por isso que esse segundo passo é mais difícil do que o primeiro. Enquanto a sabedoria pode ser recebida num momento de revelação, a obediência é uma construção diária, feita de decisões pequenas e contínuas.

Em última análise, o verdadeiro sucesso é aquele que honra a razão pela qual fomos colocados neste mundo. Não é o quanto se acumulou, mas o quanto se permaneceu íntegro. Não é apenas o que se fez, mas como se viveu e com que intenção. A história de Salomão continua a ecoar até hoje como um chamado à vigilância: podemos ser os mais sábios, os mais respeitados, os mais admirados — mas se deixarmos de obedecer ao nosso propósito, o castelo todo pode desmoronar por dentro.

Por isso, depois de receber sabedoria, o segundo passo é não desviar o coração. É lembrar-se todos os dias de por que começaste e para quem estás a construir. O verdadeiro sucesso não é apenas um destino — é uma forma de caminhar

# Auto Makeup

Nada que uma makeup bem feita não cure

Os nossos cursos de auto maquiagem foram concebidos para quem tem ou não habilidades no mundo da maquiagem.

São dois dias, com duas horas cada, a aprender desde correção de olheiras e sobrancelhas, pele natural e mais elaborada, olhos esfumados e cut-crease, e o mais importante, aprendendo se divertindo, sozinha em aulas Vips, ou em grupo com as melhores amigas.

Não te esqueças, uma makeup bem feita, cura tudo.



Henv

Makeup artist



## Nossos Serviços

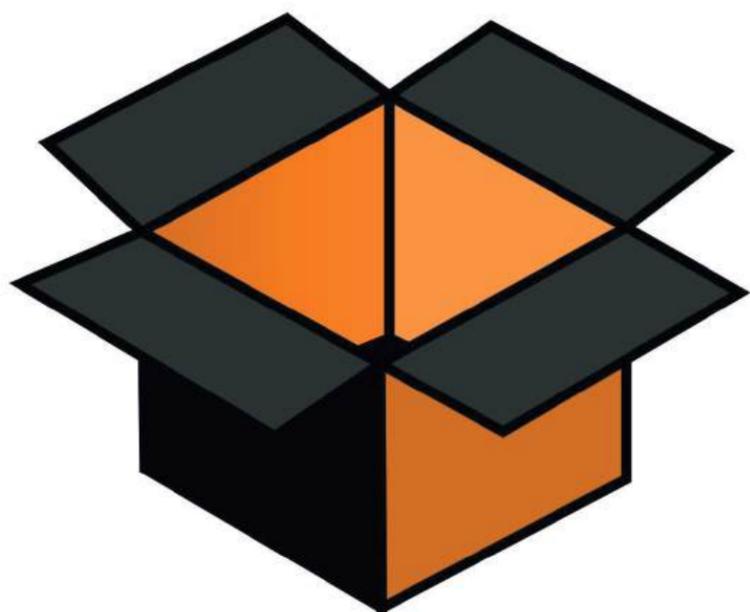
Aula Vip 1 Pessoa -12000mts  
Grupo de 2 Pessoas 10000mts p/p  
Grupo de 3/4 8000mts p/p

## Contactos

☎ 832310900

✉ [mimzmys@gmail.com](mailto:mimzmys@gmail.com)

🌐 [mimzmys](https://www.instagram.com/mimzmys)



# CUBE

## Enterprise

*New Ideas, Great Creations*

# PROLEADER

## CONSULTING

# SDConsultoria

## Nossos Serviços

- CONSULTÓRIA EM VENDAS;
- REPRESENTAÇÃO COMERCIAL EM MARCAS EMPRESARIAL
- CONSULTÓRIA EM PLANO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL ;
- TÉCNICAS DE VENDAS
- MENTORIAS E
- TERCEIRIZAÇÃO COMERCIAL.
- TREINAMENTO EM VENDAS E PLANEAMENTO DESENVOLVIMENTO ESTRATEGICO.
- ATENDIMENTO AO CLIENTE.
- TREINAMENTO EM ORATORIA
- GESTAO DE PROJECTOS
- TREINAMENTO EM GESTAO FINANCEIRA E INTERPESSOAL.

- **Agende seu horário**

**(258)876210077**

[dalva.sengo@sdconsultoria.com](mailto:dalva.sengo@sdconsultoria.com)

[dalva.sengo34@gmail.com](mailto:dalva.sengo34@gmail.com)



É HORA DA  
**DA SUA MARCA**

**GANHAR**

**DESTAQUE**

**A PM SERVICES É O  
ESPAÇO CERTO!**



86 120 7151





## LIDERANÇA COM PROPÓSITO:

# A voz feminina que ecoa no mundo corporativo



**N**a 31ª edição da PM Services Magazine, mergulhámos numa conversa profunda com Dayane Loureiro Sant'Ana Muhorro, uma mulher que, com 38 anos de idade, personifica a força, a sensibilidade e a inteligência estratégica da liderança femi-

nina contemporânea. Executiva de Recursos Humanos com uma carreira consolidada, Dayane é também coach e mentora de mulheres, tendo feito da sua experiência no mundo corporativo um alicerce para transformar vidas e inspirar mudanças estruturais.

Com uma linguagem clara e comovente, ela compartilhou conosco a sua visão sobre o papel da mulher no mercado de trabalho, os desafios enfrentados nos bastidores das grandes decisões e o poder que reside na reconexão com a própria identidade.

“A vida mostrou-me que os maiores destinos nascem quando temos coragem para mudar de rota.” — com esta frase, Dayane abre a entrevista, revelando-nos que a sua actuação como executiva de RH lhe deu uma compreensão única das barreiras silenciosas que limitam o crescimento feminino no ambiente corporativo.

“Vivenciei de perto os dilemas da liderança e as decisões que moldam carreiras. Por isso, quando faço coaching, trago a prática para a mesa, não apenas teoria. Falo com a propriedade de quem já esteve — e ainda está — no centro das decisões.”

Questionada sobre os bloqueios que impedem as mulheres de ocuparem lugares de liderança, Dayane não hesita: “É a dúvida sobre o merecimento. É a tentativa de imitar modelos masculinos de poder, como se a agressividade fosse o único caminho para a autoridade.”

Para ela, a liderança feminina encontra força justamente naquilo que por vezes é subestimado: a feminilidade. “O mercado não precisa de cópias de líderes masculinos, mas de autenticidade. Ajudo mulheres a recuperar a sua essência, a acreditarem que podem, sim, ter uma carreira de sucesso sem abrir mão da sua identidade.”





nal, adaptabilidade e, sobretudo, coragem. “Coragem para se posicionar, para dizer não, para defender valores. Coragem para construir uma carreira com alma.”

A transição de executiva para mentora não foi um plano, mas uma descoberta. “Mulheres da empresa começaram a me procurar espontane-

ram a liderá-las. Recentemente, uma ex-coachee partilhou que foi sondada pela direção para uma promoção. São histórias únicas, mas que provam que quando uma mulher se reconecta com quem é, torna-se imparável.”

Em ambientes dominados por padrões masculinos, a inteligência emocional torna-se uma aliada indispensável. “Ela ajuda a filtrar críticas, a tomar decisões conscientes e a proteger a saúde mental. É o escudo e a bússola da mulher moderna.”

Segundo a mentora, muitas mulheres tentam “dar conta de tudo” sem pedir apoio ou seguem conselhos genéricos que nada têm a ver com a sua realidade. “O coaching oferece clareza, estrutura e suporte. Eu trago também a mentoria, partilho a minha caminhada, os erros e acertos. Isso dá perspectiva.”



amente. Queriam conselhos, direção. E isso foi crescendo, até se tornar uma missão. Entendi que não era apenas gestora de talentos — era despertadora de potencial.”

Dayane testemunha transformações que a comovem até hoje. “Mulheres que não falavam em reuniões passa-



Uma das abordagens mais práticas e eficazes de Dayane é partilhar a sua própria rotina. “Ajudo as mulheres a desenharem a agenda de acordo com as suas prioridades. Ensinar que cuidar de si mesma é uma forma de sabedoria, e não de egoísmo, transforma vidas.”

“Não ande de boleia na sua própria vida. Você é competente, capaz e necessária. Tudo em si tem um propósito — a sua história, a sua voz, as suas cicatrizes. E se não souber por onde começar, estou aqui para caminhar consigo.”

Nesta entrevista emocionante e reveladora, Dayane Loureiro Sant'Ana Muhorro demonstra que liderar com o coração e a mente em equilíbrio é possível — e mais do que isso, é urgente. Que cada mulher que lê estas palavras se sinta inspirada a tomar o leme da sua própria vida, com coragem, estratégia e, sobretudo, autenticidade.

Dayane defende uma visão poderosa de liderança, onde empatia e assertividade caminham lado a lado. “Ser assertiva não é ser agressiva. Uma mulher pode ser firme com doçura, pode acolher sem perder o comando. Isso exige inteligência emocional e um profundo autoconhecimento.”

Na sua visão, as competências indispensáveis para uma mulher se destacar são: visão estratégica, comunicação eficaz, inteligência emocio-



EMPOWERING THROUGH FASHION AND FAITH:

# The Remarkable Journey of Tshegofatso Kwenaesele



“Fashion is how the youth express themselves,” she tells us. “I saw everyone in my community doing something creative—every teenager had a clothing brand or was modeling. I asked myself: How can I assist them?” With that thought, T&A Fashion was born. Not merely a fashion initiative, T&A is a movement designed to give voice and visibility to young talents in Bloemfontein—a city teeming with untapped creativity.

But like many visionaries, her journey hasn't been without challenges. “The first challenge I faced was the lack of support,” Tshegofatso recalls. “There's a real struggle with getting access to platforms, dealing with colorism, stereotypes, and even the mental health pressures that come from rejection and comparison.”

**Yet, she remained undeterred.**

Winning the Miss Global Princess Africa pageant and representing South Africa in an international setting became a major turning point. “That gave me exposure. I was interviewed by Jenu, Sunday Times, and others. I realized I could use my platform to promote others, not just myself.”



**A**t just 17 years old, Tshegofatso Kwenaesele is redefining what it means to be a changemaker in South Africa's Free State province. Hailing from Bloemfontein,

this dynamic teen is not only a beauty queen and model with international recognition, but also a visionary entrepreneur and founder of T&A Fashion—a platform that merges style, community empowerment, and faith.



What sets T&A apart? “We focus on development, inclusivity, and impact. We’re not just here to put on shows—we’re building futures.”

The success of T&A is not measured by applause, but by transformation. “We track our impact through the stories of those we’ve helped—a model landing their first campaign, a designer reaching new audiences, a teen gaining confidence in their identity.”

By turning fashion into a tool for social good, T&A has ignited a ripple effect. “We’ve seen how this work inspires youth to speak louder, dream bigger, and take up space—not just in fashion, but in life.”

Tshegofatso has a message for every young dreamer:

“Don’t wait to be chosen—choose yourself first.”

She encourages young people to stay consistent, invest in themselves, and surround themselves with people who uplift their vision. “Put God first, pray, read your Bible. Rejection isn’t the end, it’s redirection. God has greater plans for you.”

Her aspirations are far from local. “As a model, I want to continue working internationally—promoting African beauty, resilience, and style. I also want to explore media.”

Her next pageantry endeavor, Teen Universe South Africa, is another opportunity to amplify her message.



Fueled by faith and inspired by her mother’s acts of kindness, Tshegofatso set out to launch her own non-profit organisation, focused not just on basic needs, but on feeding souls. “We host Bible studies, empowerment workshops, and community drives. I believe everyone deserves more than survival—they deserve hope.”

Through T&A Fashion, Tshegofatso has created a platform where every body type, every background, and every voice matters. “Our fashion shows bring communities together. We scout local talent, feature young designers, and hold empowerment workshops that inspire confidence, creativity, and business sense.”





**And as a businesswoman, the horizon is even broader. “We’re expanding T&A Fashion, launching programs for young creatives, and building a digital platform to make fashion training and casting more inclusive across South Africa—and one day, Africa.”**

**As for her organisation, she dreams big: “I want it to become one of the largest empowerment organisations in Africa—and eventually, the world.”**

**Tshegofatso Kwnaesele is proof that when vision, compassion, and faith come together, age becomes irrelevant. With courage beyond her years, she is reshaping her community—and inspiring a continent.**



**LUHANE GAGNAUX:**

**A liberdade de empreender  
— A jornada de um  
visionário moçambicano**

**PÁG: 14**