

MAGAZINE

INSPIRAÇÃO ■ LIDERANÇA ■ IMPACTO



LOCARLA MUTEVUIE

Um novo tempo de aliança com Deus

“Eis que faço uma coisa nova; agora sairá à luz; porventura não a percebeis?”

PÁGINAS

11 A 13

INÊS D'ALMEIDA DA SILVA:

A Imagem Como Estratégia de Poder no Mundo dos Negócios

Num mundo empresarial onde a competência é frequentemente apontada como o principal fator de sucesso, Inês d'Almeida da Silva surge para desafiar essa visão incompleta. Aos 31 anos, natural de Santarém e com raízes em Almeirim, construiu uma abordagem que vai muito além da estética: uma abordagem onde a imagem se torna uma ferramenta estratégica de posicionamento, autoridade e influência.

Para Inês, o maior erro que profissionais e empreendedores cometem é subestimar o impacto da imagem. "Acreditarem que a imagem é um detalhe superficial e que os resultados dependem apenas da competência", afirma. Em discurso

indireto, reforça que essa visão ignora um facto determinante: antes mesmo de alguém falar, já foi feita uma leitura rápida, automática e visual. E essa primeira percepção pode abrir ou fechar portas.

A ligação de Inês ao universo da imagem não surgiu por acaso. Foi construída desde cedo, influenciada por duas figuras fundamentais: a mãe, pela forma como se posicionava em diferentes contextos, e a avó, modista, que despertou nela um fascínio precoce pelo processo de criação e pelo significado do vestir.

Em discurso indi-



reto, percebe-se que esses momentos não foram apenas memórias afetivas, mas sementes de um entendimento mais profundo: a imagem não é apenas aparência, é expressão.

Contudo, foi já em contexto profissional que essa consciência ganhou uma dimensão mais estratégica. Ao assumir a gerência de um negócio predominantemente masculino, Inês deparou-se com uma realidade exigente. "Senti que para ser levada a sério teria de me apresentar com a autoridade e o profissionalismo devido", partilha. Esse momento marcou uma viragem não apenas na sua forma de se apresentar, mas na forma como passou a compreender o impacto da imagem no meio empresarial.

Para Inês, a imagem não substitui competên-

cia mas acelera o reconhecimento dela. A forma como uma pessoa se apresenta influencia diretamente a percepção de autoridade, confiança e credibilidade.

Em discurso indireto, explica que essa percepção traduz-se em vantagens concretas: mais oportunidades, maior respeito, melhor capacidade de negociação e maior facilidade em fechar negócios. Num mercado competitivo, onde todos procuram destacar-se, a imagem deixa de ser um detalhe e passa a ser um ativo estratégico.

Quando fala de imagem estratégica, Inês não se refere apenas à roupa. Refere-se a um alinhamento profundo entre aparência, postura, comunicação e presença.

Em discurso indireto, defende que o verdadeiro impacto surge quando esses elementos refletem o nível de ambição, responsabilidade e posicionamento que a pessoa deseja ocupar. Trata-se de transformar a imagem numa extensão coerente da identidade e dos objetivos.



O diferencial do seu trabalho está precisamente na abordagem. “O meu trabalho não começa no armário. Começa na pessoa”, afirma.

Em discurso indireto, explica que o processo envolve compreender a história, as inseguranças, a visão e o posicionamento de cada cliente. A roupa surge apenas numa fase posterior quando já existe clareza sobre quem a pessoa é e onde quer chegar.

Inês não vende looks. Traduz essência em linguagem visual. E é isso que torna a transformação profunda. Não se trata apenas de mudar o exterior, mas de impactar diretamente a confiança, a postura e a forma como a pessoa passa a ser percebida.

Muitos clientes, segundo partilha, reconhecem que a maior mudança não foi na guarda-roupa foi na forma como passaram a estar na vida e a olhar para si próprios.

Para quem sente que está estagnado ou não reconhecido, Inês propõe uma reflexão simples, mas poderosa:

“Se alguém que não me conhece entrar no local onde estou, consegue identificar a minha autoridade, experiência e posição profissional apenas pela minha presença?”

Em discurso indireto, afirma que, se a resposta for negativa, existe um desalinhamento que pode estar a limitar oportunidades, crescimento e reconhecimento.

E deixa claro: não se trata de julgamento, mas de consciência. A imagem está sempre a comunicar mesmo quando não é intencional. E quando não é pensada de forma estratégica, comunica por omissão.

O verdadeiro desafio, segundo Inês, não é mudar de roupa. É alinhar a imagem com o nível onde a pessoa quer estar. Porque, quando isso acontece, não é apenas a percepção que muda é a forma como o mundo responde.

Num mercado saturado, onde a diferenciação é cada vez mais difícil, esse alinhamento torna-se essencial para ocupar espaço com clareza e intenção.

Ao longo do seu trabalho, Inês reconhece que a resistência à mudança é comum mas raramente está ligada à roupa.

“Quase nunca é sobre a roupa. É sobre medo, identidade e exposição”, afirma.

Em discurso indireto, explica que o seu processo não é impositivo, mas consciente. Baseia-se na escuta, na pedagogia e no respeito pelo ritmo de cada pessoa. A transformação, para ser verdadeira, precisa de ser construída nunca forçada.

Um dos maiores desafios no trabalho com imagem é encontrar o equilíbrio entre autenticidade e estratégia. Para Inês, nenhum dos extremos funciona isoladamente.

Em discurso indireto, esclarece que uma imagem apenas autêntica pode não comunicar autoridade, enquanto uma imagem exclusivamente estratégica pode parecer artificial. O equilíbrio está em traduzir a identidade real da pessoa numa linguagem visual eficaz adaptada ao contexto profissional e pessoal.

Um dos fenómenos mais recorrentes que observa é o desalinhamento entre quem a pessoa é e a forma como se apresenta. E, segundo Inês, esse desalinhamento raramente é percebido por quem o vive mas é evidente para os outros.

Em discurso indireto, descreve situações comuns: profissionais competentes que não são reconhecidos como líderes, que precisam de falar excessivamente para serem levados a sério ou que ouvem comentários como “não parece que és a dona da empresa”.

Mas os sinais mais importantes são internos. A pessoa sente desconforto, evita exposição, não gosta de se ver e reconhece, ainda que de forma subtil, que a sua presença não acompanha o nível de responsabilidade que tem.

Para Inês, isto não é uma questão estética é uma questão de identidade. Quando a pessoa não se reconhece naquilo que projeta, a imagem deixa de ser uma aliada e transforma-se num ruído.



FERNANDA BRONZE:

Quando a coragem vence o medo e transforma sonhos em propósito

Num mercado onde muitos esperam pelo “momento perfeito”, há histórias que nascem exatamente do oposto: da coragem de começar mesmo sem certezas. É nesse ponto que surge Fernanda não apenas como empreendedora, mas como símbolo de transformação, fé e resiliência.

Antes de dar o primeiro passo, Fernanda era, como tantas outras mulheres, alguém repleta de ideias, sonhos e vontade de construir algo próprio. No entanto, carregava consigo inseguranças profundas. Acreditava que precisava de ter tudo perfeito para começar e que o sucesso exigia condições ideais. O medo do fracasso e da incerteza travavam aquilo que, no fundo, já estava destinado a crescer.

Mas houve um momento de viragem. Como a própria revela, “percebi que permanecer no mesmo lugar estava a incomodar mais do que a possibilidade de errar”. Foi aí que enten-



a sentirem-se mais bonitas, confiantes e conectadas consigo mesmas.

Segundo Fernanda, o impacto do seu trabalho vai muito além da aparência. Muitas mulheres chegam até si com a autoestima fragilizada, cansadas e desconectadas da sua própria imagem. Ao longo do atendimento, algo muda. Não é apenas a cor da pele que se transforma — é a postura, o brilho no olhar, a forma como se veem.

Ela explica que o bronzeamento funciona como um ponto de partida para algo maior: o resgate do amor-próprio. Pequenas mudanças externas despertam grandes transformações internas. Ao sentirem-se mais cuidadas e valorizadas, essas mulheres levam essa confiança para o seu dia a dia, influenciando a forma como se posicionam no mundo.



deu que o medo nunca desaparece por completo mas também não pode ser maior do que o sonho. E decidiu agir.

A fé teve um papel determinante nessa transição. Fernanda conta que, ao dar o primeiro passo, confiando mesmo sem ver o caminho completo, encontrou força para continuar. O que antes era dúvida transformou-se em movimento. E desse movimento nasceu uma nova versão de si mesma: mais confiante, determinada e consciente de que errar faz parte do processo.

Foi assim que surgiu a Fernanda Bronze não apenas como um negócio, mas como uma extensão da sua essência. Mais do que um serviço estético, a marca nasceu com propósito: ajudar mulheres





Ainda assim, o caminho não foi fácil. No início, os desafios foram constantes: insegurança, falta de experiência, dificuldade em conquistar clientes e construir credibilidade. Houve momentos de dúvida e até vontade de desistir. Mas, como afirma, “cada cliente satisfeita e cada pequena conquista lembravam-me do porquê de ter começado”.

A fé, mais uma vez, foi o seu alicerce. Aliada à persistência e ao desejo genuíno de crescer, permitiu-lhe superar cada obstáculo e transformar dificuldades em aprendizagem.

Hoje, Fernanda olha para o empreendedorismo como uma escola de desenvolvimento pessoal. A maior lição que carrega é clara: o crescimento começa de dentro para fora. Antes de construir um negócio, foi necessário construir-se a si mesma fortalecendo a mentalidade, acreditar no próprio valor e aprender a confiar no processo.

E é exatamente essa mensagem que procura transmitir a outras mulheres: não esperar pelo momento perfeito. “Comece onde está, com o que tem. O medo pode existir, mas não pode comandar a sua vida”, aconselha.

Para o futuro, os planos são ambiciosos, mas alinhados com o seu propósito. Fernanda pretende consolidar a Fernanda Bronze como uma marca de referência, expandir de forma estratégica e, sobretudo, impactar outras mulheres formando, inspirando e mostrando que é possível transformar talento em negócio com dedicação, autenticidade e fé.

No final, a sua história prova algo simples, mas poderoso: o medo pode até fazer parte do caminho, mas é a coragem de agir que transforma vidas.



CRISTINA PEIXOTO:

Crescer com estratégia, liderar com consciência

Num mundo empresarial cada vez mais focado em resultados rápidos, Cristina Maria Mendes Leite Peixoto, 41 anos, natural de Braga, Portugal, traz uma visão que rompe com o superficial. Para ela, crescimento não é apenas números é estrutura, pessoas e clareza.

A sua abordagem posiciona-se exactamente onde muitos negócios falham: na intersecção entre estratégia, liderança e execução. Ao longo da sua trajectória, Cristina percebeu que não basta atrair clientes é preciso sustentar o crescimento com consistência e direcção.

“Negócios não falham por falta de marketing. Falham por falta de estrutura.”

Mais do que métricas e performance, Cristina define-se como alguém profundamente orientada para pessoas. A sua missão vai além de aumentar resultados passa por desenvolver equipas, alinhar culturas e criar ambientes onde o crescimento é sustentável.

Acredita que o verdadeiro sucesso acontece quando há equilíbrio entre desempenho e bem-estar. E essa visão tem sido o alicerce da sua forma de trabalhar com líderes e empresas.

Foi no terreno que Cristina identificou um padrão claro: negócios com boa comunicação, mas sem consistência interna, acabavam por falhar.

Marketing atrai, mas não sustenta. Sem processos definidos, equipas alinhadas e uma visão estratégica clara, qualquer crescimento se torna frágil.

Esse entendimento marcou um ponto de virada na sua carreira e tornou-se o centro da sua metodologia.

Entre os vários desafios que observa, há um que se repete com frequência: líderes que tentam crescer mais rápido do que a estrutura permite.





No que diz respeito à construção de marca, Cristina reforça um princípio essencial: autenticidade não se cria para fora nasce de dentro.

Uma marca forte é reflexo directo da liderança e da cultura da empresa. Quando existe coerência entre o que se diz e o que se faz, a confiança constrói-se naturalmente.

Se tivesse que resumir a sua visão num único conselho, seria directo:



“Antes de crescer, estrutura.”

Para Cristina Peixoto, o crescimento sustentável não acontece por acaso. É resultado de decisões conscientes, processos bem definidos e, acima de tudo, de pessoas alinhadas com um propósito claro.

Num mercado onde muitos correm atrás de resultados imediatos, a sua mensagem é clara: crescer rápido pode impressionar, mas crescer com base é o que realmente constrói negócios duradouros.

Ao ignorarem a base pessoas, processos e cultura acabam por amplificar fragilidades internas.

Para Cristina, escalar sem estrutura não é crescimento. É risco.

Apesar de muitas empresas investirem em marketing e estratégia, Cristina destaca que o maior ponto de falha continua a ser a liderança.

Sem líderes conscientes, não existe alinhamento, consistência nem cultura organizacional forte. E sem isso, o crescimento torna-se insustentável.

“A liderança não é um detalhe. É o que sustenta tudo o resto.”

Num contexto onde a exaustão foi, durante anos, confundida com dedicação, Cristina defende uma nova forma de encarar a produtividade.

Para ela, produzir mais não significa trabalhar mais significa trabalhar com clareza, foco e energia bem direccionada.

O equilíbrio não está em desacelerar, mas em saber onde investir energia, criar sistemas eficientes e aprender a delegar com confiança.

Outro ponto crítico que destaca é a estagnação de profissionais talentosos. Para Cristina, o problema não está na falta de competência, mas na ausência de direcção estratégica.

Sem posicionamento, comunicação clara e capacidade de decisão, o talento por si só não gera crescimento.



ANA RITA RODRIGUES LOBATO:

Quando a coragem encontra o propósito e transforma a estética em impacto real

A história de Ana Rita Rodrigues Lobato é um retrato claro de que os maiores resultados nascem, muitas vezes, das decisões mais difíceis. Nascida em Vila Franca de Xira, aos 36 anos construiu um percurso marcado pela paixão, pela resiliência e, sobretudo, pela coragem de sair da zona de conforto para dar vida ao seu próprio projeto.

Desde cedo, a estética fez parte da sua essência. Entre brincadeiras de infância, onde improvisava tratamentos na sua Barbie, já se desenhava um caminho que viria a tornar-se profissional. Seguiu a formação na área e iniciou a sua carreira de forma tradicional, mas foi o contacto com a tecnologia laser que redefiniu completamente a sua visão e ambição.

Durante vários anos, integrou

uma clínica de referência, onde consolidou conhecimentos e experiência. No entanto, o verdadeiro ponto de viragem surgiu quando decidiu arriscar por conta própria uma decisão que implicou sacrifícios profundos e um nível de entrega pouco comum. Para concretizar o sonho de ter o seu próprio negócio, tomou uma das decisões mais marcantes da sua vida: vender a própria casa.

Esse momento exigiu não

apenas coragem, mas uma confiança absoluta no seu potencial. Como a própria afirma, "quando queremos algo de verdade e nos focamos, somos capazes de conquistar tudo aquilo a que nos propomos" uma crença que se tornou o alicerce do seu percurso.

O início não foi fácil. Para além dos desafios técnicos, teve de aprender a gerir áreas completamente novas, como contabilidade, organização financeira e processos burocráticos. Tudo foi construído de raiz, com esforço, dedicação e uma constante capacidade de adaptação. Cada obstáculo tornou-se uma oportunidade de crescimento, moldando uma profissional mais preparada e resiliente.

Num mercado cada vez mais competitivo, Ana Rita encontrou na honestidade o seu maior diferencial. A sua abordagem é simples, mas poderosa: transparência total com cada cliente. Explica de forma clara o que é possível alcançar e o que não é, criando relações baseadas na confiança e no respeito mútuo.

Essa postura não só a distingue, como também fortalece o vínculo com quem a procura. A escuta ativa e a empatia são pilares do seu atendimento, permitindo compreender verdadeiramente as necessidades de cada pessoa e oferecer soluções ajustadas à sua realidade.

Ao longo do seu percurso, também se dedicou a desmistificar ideias erradas sobre a depilação a laser. Muitas pessoas ainda associam este tratamento a riscos para a saúde, quando, na realidade, se trata de uma tecnologia segura, amplamente estudada e utilizada por profissionais qualificados. Para Ana Rita, esclarecer estas dúvidas faz parte da sua missão enquanto profissional responsável e comprometida.

Mais do que resultados estéticos, o impacto do seu trabalho reflete-se na vida das suas clientes. Muitas chegam com inseguranças, desconforto físico ou baixa autoestima, e saem com uma nova confiança, mais leves e seguras de si. Casos de foliculites e problemas recorrentes de pele são, muitas vezes, transformados em histórias de alívio e bem-estar.

É precisamente esse impacto que a motiva diariamente. Como refere, "não se trata apenas de estética, mas de devolver liberdade, conforto e qualidade de vida às pessoas" uma visão que eleva o seu trabalho a um nível muito mais profundo.





Sempre focada em evoluir, Ana Rita continua a investir na sua formação e inovação. Criou a sua própria linha de gel de aloe vera e desenvolveu produtos personalizados, como tote bags com mensagens associadas à sua área, reforçando a identidade da sua marca e aproximando-se ainda mais do seu público.

é preciso agir, mesmo sem certezas. O caminho constrói-se com consistência, paciência e dedicação. Os desafios fazem parte, mas são também eles que moldam o sucesso.

A sua trajetória prova que não existe crescimento sem risco, nem realização sem coragem. E que, quando há verdade, propósito e paixão, o impacto vai muito além do esperado.

Para quem sonha empreender, deixa uma mensagem clara:





Destaque o seu negócio na PM Services Magazine!

Simple, rápido e sem complicações: entrevista pelo WhatsApp.



BENEFÍCIOS:

- ✓ +1 milhão de visualizações, entrevistas lidas por +50 mil pessoas.
- ✓ Networking com empresários nacionais e internacionais.
- ✓ Publicidade gratuita por 60 dias: redes sociais, revista digital, site e comunidade do WhatsApp

Pacotes:

Básico – 1.500 MT

Intermédio – 3.000 MT

Premium – 5.000 MT

Vagas limitadas! Quer garantir a sua hoje?

 (+258) 86 120 7151
  servicespmmm@gmail.com

MULHERES DE IMPACTO GLOBAL 2026:

Um novo tempo de aliança com Deus

Num tempo em que o emagrecimento é frequentemente reduzido a fórmulas rápidas, padrões irreais e soluções superficiais, Anna Vasconcelos surge como uma voz firme, lúcida e profundamente necessária. A sua abordagem rompe com o discurso tradicional e propõe algo mais exigente e, ao mesmo tempo, mais verdadeiro: compreender o corpo antes de tentar transformá-lo.

Por detrás da nutricionista, existe uma mulher marcada pela experiência real da vida. Imigrante, mãe e esposa, Anna construiu o seu percurso com resiliência, enfrentando desafios que ultrapassam qualquer currículo académico. A sua história não é apenas profissional é humana. E é precisamente essa vivência que sustenta a forma como hoje acompanha cada paciente.

A própria Anna reconhece que o seu trabalho vai além da nutrição: é um espaço de escuta, de reconstrução e de reconexão com o próprio corpo.



“O corpo não falha ele responde ao que lhe foi imposto”, afirma com convicção.

Esta ideia, simples na forma, mas profunda no conteúdo, desmonta anos de crenças erradas. Durante décadas, muitas pesso-

as foram levadas a acreditar que o insucesso no emagrecimento era resultado de falta de disciplina ou força de vontade. Anna contrapõe essa narrativa com ciência.

Segundo explica, o corpo humano é um sistema altamente in-

teligente, orientado para a sobrevivência. Quando exposto a dietas restritivas e ciclos constantes de privação, adapta-se: abrandando o metabolismo, aumenta a fome e torna-se mais eficiente a armazenar energia.



Em discurso indirecto, Anna reforça que o problema nunca esteve na pessoa, mas sim nos métodos utilizados. O corpo não está contra nós está, na verdade, a tentar proteger-nos.

Num cenário cada vez mais dominado por padrões estéticos irreais e pela influência das redes sociais, Anna chama a atenção para um dos erros mais comuns: a comparação constante.

“Emagrecer não é sobre parecer com alguém do Instagram”, afirma de forma clara.

A pressão para replicar rotinas, dietas e estilos de vida que não correspondem à realidade individual tem gerado frustração, culpa e ciclos repetitivos de tentativa e desistência. Muitas mulheres, especialmente aquelas que conciliam múltiplos papéis profissionais, familiares e pessoais, acabam por negligenciar a sua própria história ao tentar encaixar-se em soluções genéricas.

A proposta de Anna assenta numa base sólida: ciência aplicada à individualidade.

Emagrecer com equilíbrio, explica, implica muito mais do que ajustar a alimentação. Envolve compreender o impacto do sono, dos horários, do stress e da organização da rotina no funcionamento hormonal e metabólico.

Em discurso indirecto, sublinha que o corpo precisa de previsibilidade e segurança para responder de forma positiva. Quando há estrutura, consistência e aporte nutricional adequado, o organismo deixa de estar em estado de alerta e passa a colaborar com o processo.

Equilíbrio, para Anna, não significa perfeição — significa consistência alinhada com a fisiologia e com a vida quotidiana.

Um dos pontos mais críticos no emagrecimento é a manutenção dos resultados. E é precisamente aqui que a maioria dos

luções rápidas, que não promovem aprendizagem nem mudança de comportamento. Quando essas estratégias terminam, o corpo guiado pelo seu “set point” tende a regressar ao estado anterior.

Além disso, existe o que descreve como memória obesogénica: um mecanismo fisiológico que leva o organismo a tentar recuperar o peso perdido.

Manter o resultado, portanto, exige tempo, adaptação e continuidade. Não é uma fase automática é um processo que precisa de estrutura e acompanhamento.

Para Anna, não é possível falar de emagrecimento sem abordar o impacto emocional.

equilíbrio intestinal está directamente associado ao bem-estar emocional.

Em discurso indirecto, Anna destaca que cerca de 90% da serotonina é produzida no intestino, o que reforça a necessidade de uma abordagem integrada que cuide simultaneamente do corpo e da mente.

Emagrecer, neste contexto, deixa de ser apenas uma questão estética para se tornar um processo de regulação interna.

“A ciência dá o caminho, mas a pessoa define a estratégia”, afirma.

Esta frase sintetiza a essência do seu método: não existem soluções universais. Cada plano deve ser adaptado à realidade, ao momento e à história de quem o vive.

Os resultados, segundo Anna, começam antes mesmo



Na sua visão, emagrecer exige contexto, personalização e respeito pelo ritmo de cada pessoa. Não se trata de seguir tendências, mas de construir um caminho possível dentro da vida real.

processos falha.

Anna explica que muitas abordagens são construídas com base em estratégias temporárias, como dietas altamente restritivas ou so-



Ansiedade, stress e cansaço influenciam directamente o comportamento alimentar e as escolhas do dia a dia. A ciência reforça essa ligação através do eixo intestino-cérebro, evidenciando que o

da balança. Mais energia, melhor organização alimentar, equilíbrio digestivo e controlo da ansiedade são alguns dos primeiros sinais de transformação.



Com o tempo, o corpo responde de forma natural e sustentada.

Para aqueles que carregam o peso de várias tentativas falhadas, Anna deixa uma mensagem clara e profundamente humana:

“Você não falhou apenas ainda não teve o método certo.”

A sua própria trajetória, marcada por recomeços e adaptações, sustenta essa afirmação. E é essa experiência que hoje lhe permite olhar para cada pessoa não como

um número ou um caso, mas como uma história única.

A abordagem de Anna Vasconcelos não promete atalhos. Propõe algo mais exigente, mas também mais duradouro: conhecimento, consciência e respeito pelo

corpo.

Num mundo que insiste em soluções rápidas, a sua voz lembra-nos de algo essencial o corpo não precisa de ser combatido.



ADRYELLY ARAÚJO MONTEIRO: **Da dor à reconstrução, a força que transformou unhas em propósito e vidas em recomeço**

A história de Adryelly Araújo Monteiro, conhecida profissionalmente como Adry Araújo, não é apenas sobre estética — é sobre fé, superação e recomeço. Nascida em Imperatriz do Maranhão e criada no Amapá, a nail designer de 29 anos carrega um percurso intenso, marcado por desafios profundos que moldaram não só a mulher, mas também a profissional que é hoje.

Por trás da técnica e da sofisticação do seu trabalho, existe uma mulher em constante reconstrução. Mãe de dois filhos, apaixonada por viajar, pela praia e pelos pequenos momentos da vida, Adry revela uma força interior que foi construída nos momentos mais difíceis. Como afirma, “se hoje estou aqui é por Ele e por causa d’Ele”, reconhecendo a fé como o alicerce que sustentou toda a sua caminhada.

Curiosamente, a sua entrada no mundo das unhas não foi movida por paixão imediata. A primeira formação, em 2014, não despertou interesse, levando-a até a desistir. Durante anos, passou por diferentes experi-

ências profissionais, afastando-se da área e enfrentando mudanças profundas na sua vida pessoal.

Foi apenas em 2023 que decidiu dar uma nova oportunidade a si mesma. Num momento marcado por incertezas, inseguranças e dificuldades financeiras, começou de forma simples atendendo ami-

viu-se obrigada a regressar à casa da mãe com os seus filhos.

Foi nesse cenário de dor e vulnerabilidade que encontrou força para continuar. A sua jornada tornou-se uma verdadeira montanha-russa emocional e física, marcada também por problemas graves



gas num pequeno espaço improvisado em casa. No entanto, por trás dessa tentativa, existia uma realidade muito mais dura.

Adry enfrentou um dos períodos mais desafiadores da sua vida: depressão profunda, problemas de saúde, separação, dificuldades financeiras e a necessidade de recomeçar praticamente do zero. Chegou a perder tudo casa, bens materiais e estabilidade e

de saúde, incluindo complicações na vesícula que exigiram internamentos e uma cirurgia delicada.

Ainda assim, nunca deixou de acreditar. Como descreve, “foram dias fortes, mas consegui superar”, mostrando que a sua maior vitória não foi apenas profissional, mas sobretudo pessoal.

O verdadeiro ponto de viragem aconteceu em 2025, quando



decidiu reconectar-se com a sua fé. Esse momento trouxe clareza, força e uma nova visão para a sua vida. Aos poucos, começou a recuperar física, emocional e profissionalmente.

O trabalho começou a ganhar consistência, novas oportunidades surgiram e, com dedicação e estudo, Adry evoluiu rapidamente na área. Em pouco mais de um ano, construiu uma base sólida, surpreendendo até a si própria com o crescimento alcançado em tão pouco tempo.

Hoje, reconhece que cada etapa teve um propósito. A dor transformou-se em força, e a insegurança deu lugar à confiança.

O diferencial do trabalho de Adry vai muito além da estética. Para ela, transformar mãos é também transformar vidas. Cada atendimento é visto como uma experiência completa, onde técnica, escuta e sensibilidade se unem.

A profissional acredita que as mãos carregam energia e histórias, e que o cuidado deve ser feito com atenção e intenção. A sofisticação, segundo explica, está nos detalhes, na precisão e na capacidade de entender cada cliente de forma única.

Mas o impacto mais profundo acontece no interior. Muitas mulheres chegam fragilizadas, com baixa autoestima ou desconectadas de si mesmas e saem mais confiantes, mais leves e com uma nova forma de se enxergar.

Num mercado competitivo,



mildade, compromisso e entrega. Mais do que técnica, é a atitude que constrói uma carreira sólida.

Casos de transformação das suas clientes são, para si, a maior prova do impacto do seu trabalho. Um dos exemplos mais marcantes é o acompanhamento de uma cliente ao longo de cinco meses, onde, através de um trabalho conjunto, foi possível reconstruir não só as unhas, mas também a autoestima e a confiança.

Para quem sonha entrar na área, Adry deixa um conselho direto e poderoso: é preciso dedicação, esforço e, acima de tudo, fé. O caminho não é fácil, mas é possível.

Acredita que cada pessoa deve respeitar o seu processo, sem desistir perante as dificuldades. A dor, segundo ela, pode ser transformada na maior fonte de força.

A sua história é a prova viva de que recomeçar é

dita que a evolução é constante, tanto a nível técnico como pessoal.

Num setor exigente, destaca

possível mesmo quando tudo parece perdido. E que, com fé, coragem e persistência, é possível não só re-

Adry destaca a importância do conhecimento técnico e da responsabilidade profissional. Dominar as diferenças entre técnicas como verniz gel, gelinho e gel é essencial para garantir resultados de qualidade sem comprometer a saúde das unhas.

Para além disso, reforça que cada cliente exige uma abordagem personalizada. A análise do leito ungueal, o estado da pele e as necessidades individuais são fatores determinantes para escolher a técnica correta.

Também alerta para erros comuns cometidos pelas clientes, como a falta de hidratação, o hábito de roer unhas, a ausência de manutenção e a negligência de sinais de alerta. Para ela, educar as clientes faz parte do processo de cuidado.

Apesar do crescimento, Adry reconhece que ainda está em construção e encara isso como parte natural da jornada. Acre-



que o verdadeiro diferencial começa no posicionamento: respeito, hu-

construir uma carreira, mas também reencontrar o propósito de viver.

CARLA SOFIA DIAS VALADA

Mais do que casas, construir confiança e liberdade no mercado imobiliário

No dinâmico e exigente setor imobiliário, onde números e negócios muitas vezes parecem falar mais alto, há profissionais que escolhem um caminho diferente: mais humano, mais consciente e mais alinhado com propósito. É neste contexto que surge Carla Sofia Dias Valada, de 44 anos, natural de São Sebastião da Pedreira, em Lisboa, uma consultora que não vende apenas imóveis, mas constrói relações e transforma decisões em experiências seguras e marcantes.

Para além do mundo dos negócios, Carla define-se como uma mulher profundamente ligada às suas raízes e às pessoas que ama. A família, os amigos e a liberdade pessoal são pilares fundamentais da sua vida.

Com uma personalidade forte, determinada e independente, enfrenta os desafios com coragem e procura sempre transmitir energia positiva a quem a rodeia. Mais do que alcançar resultados, Carla acredita em inspirar outros a acreditarem no seu próprio potencial.

A escolha pelo setor imo-



até à análise do mercado mas ganha verdadeira força quando o cliente se consegue projetar naquele espaço, sentindo que ali existe um futuro possível.

Ela entende que uma casa deve ser mais do que um investimento: deve ser um refúgio, um lugar de pertença e equilíbrio.

Num processo tão sensível como comprar ou vender um imóvel, Carla destaca-se pela sua capacidade de equilibrar o lado emocional com o racional.

Segundo a própria, o segredo está em validar os sentimentos do cliente, mas também trazer clareza através de dados e estratégia.



biliário não foi apenas uma decisão profissional, mas sim um reflexo direto de quem é. Carla não vê casas, vê histórias, transições e momentos de mudança na vida das pessoas.

Como a própria afirma:

“Não trabalho com casas, trabalho com pessoas. Cada compra ou venda é uma mudança de vida, e eu faço questão de estar presente nesse processo com verdade e responsabilidade.”

A sua visão do setor vai além do imediato. Para Carla, o imobiliário representa também uma oportunidade real de construir liberdade financeira e autonomia, algo que valoriza profundamente, especialmente enquanto mãe.

Encontrar a “casa certa” vai muito além da escolha

Na sua abordagem, encontrar o imóvel ideal não se resume à estética ou localização. Trata-se de alinhar emoção, funcionalidade e visão de futuro.

Carla explica que o processo começa com uma base estratégica desde a avaliação financeira

“O meu papel não é decidir pelo cliente, mas ajudá-lo a decidir com segurança. Primeiro ouço, depois oriento sempre com transparência e respeito pelo momento que está a viver.”

Este equilíbrio permite que os seus clientes avancem com confiança, evitando decisões impulsivas ou mal fundamentadas.

Num setor altamente competitivo, Carla acredita que a verdadeira diferença está na forma como se trabalha e não apenas nos resultados apresentados.

Recusa seguir padrões vazios ou discursos pré-formatados. Prefere mostrar quem realmente é, colocando a sua essência à frente da imagem profissional.

Mais do que isso, assume uma posição clara em relação à ética no mercado, defendendo que o cliente deve estar sempre em primeiro lugar, acima de qualquer interesse.

O objetivo de Carla não é apenas fechar negócios, mas deixar uma marca positiva na vida de cada cliente. Procura que todo o processo seja vivido com tranquilidade, clareza e confiança.

A sua maior recompensa é saber que conse-



guiu transformar um momento potencialmente stressante numa experiência organizada e segura.

Com um mercado em constante transformação, Carla reconhece que os clientes estão cada vez mais informados e exigentes. Para ela, isso representa uma oportunidade de elevar o nível do serviço e destacar profissionais verdadeiramente preparados.

A sua visão passa por posicionar-se como uma consultora de referência, focada em estratégia, transparência e resultados sustentáveis. Ambiciosa, no futuro, expandir a sua atuação para a área de investimento, ajudando os seus clientes a construir património com inteligência e visão a longo prazo.

Carla deixa um conselho claro para quem deseja entrar no mundo imobiliário ou investir pela primeira vez: agir com estratégia, conhecimento



e acompanhamento profissional.

Porque, no final, como a própria acredita, o imobiliário não é apenas sobre propriedades é sobre decisões que moldam vidas.

E é exatamente nesse ponto que o seu trabalho ganha verdadeiro significado.



CARLAVALADA



A **VENDER** A
SUA CASA?

A **PROCURAR** A
SUA NOVA CASA?

ACOMPANHO CADA PASSO COM
ESTRATÉGIA, CONFIANÇA E TOTAL
DEDICAÇÃO

 +351 962 383 989
FALE COMIGO HOJE.



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

RUTE MARCELINO:

A força de quem se reconstrói por dentro para liderar por fora

Num mundo dominado por resultados, metas e performance, há histórias que se destacam não pelos números, mas pela profundidade. A de Rute Marcelino, 46 anos, nascida em Oeiras, é uma dessas histórias: uma jornada marcada por quedas, reencontros e uma liderança construída a partir da essência.

Longe dos palcos e do ritmo acelerado do network marketing, Rute revela uma versão mais silenciosa e introspectiva. É na leitura, na meditação e no contacto com a natureza que encontra equilíbrio. Assume-se como uma mulher sensível, espiritual e consciente, alguém que aprendeu a valorizar o tempo, o silêncio e o autoconhecimento como pilares fundamentais da sua vida.

Foi precisamente essa busca por sentido que a levou ao multinível. Mais do que uma oportunidade financeira, viu neste modelo um caminho para conquistar liberdade — não apenas de tempo, mas também de escolha. Para Rute, trabalhar deixou de ser uma obrigação para se tornar uma extensão daquilo que acredita.



Ainda assim, o percurso não foi linear. Um dos momentos mais marcantes da sua trajetória foi a perda da sua equipa, um episódio que a obrigou a confrontar-se consigo própria. Nesse processo, percebeu que, ao tentar corresponder a expectativas externas, se tinha afastado da sua verdadeira essência.

“O mais difícil não foi perder a minha equipa... foi perceber que tinha deixado de ser eu”, confessa.

Esse momento de rutura tornou-se, paradoxalmente, o ponto de viragem. Rute iniciou um processo de reconstrução interna, onde aprendeu a olhar para si com mais compaixão, a

recuperar a sua identidade e a redefinir a forma como lidera.

Hoje, a sua liderança assenta em valores claros: empatia, respeito e autenticidade. Acredita que liderar não é impor, mas sim compreender e acompanhar o crescimento de cada pessoa. Defende que o verdadeiro impacto nasce da conexão humana e não apenas dos resultados.

Ao observar o mercado, identifica um erro recorrente entre quem começa: a expectativa de resultados imediatos. Para Rute, o sucesso exige consistência, maturidade emocional e, acima de tudo, disposição para enfrentar o processo.





No meio de tantas exigências, encontrou no interior o seu maior ponto de equilíbrio. Sempre que sente que se perde, regressa ao essencial o silêncio, o mar, a família. É aí que se reconecta e recupera a clareza necessária para continuar.

Mais do que estratégias, Rute acredita que o verdadeiro crescimento começa na mentalidade. Durante anos, carregou crenças que a limitavam, até per-



ceber que o maior bloqueio não estava fora, mas dentro de si. Ao transformar essa visão, abriu espaço para uma nova realidade.

“A vida não muda quando estás pronta... muda quando tu mudas”, afirma.

Hoje, o seu propósito vai além de construir uma carreira. Procura impactar pessoas, desafiá-las a crescer e a reconectarem-se consigo mesmas. A sua história é um reflexo de que o sucesso não nasce da perfeição, mas da coragem de recomeçar.



Mais do que resultados, Rute Marcelino representa transformação. Uma prova de que, quando o interior se alinha, tudo o resto começa, naturalmente, a ganhar forma.





MARTA HORTA:

O design sem “bullshit” que está a redefinir a forma como as marcas se constroem



Com mais de duas décadas de experiência, Marta Horta, 48 anos, natural de Serpa, no Alentejo, afirma-se como uma das vozes mais lúcidas e diretas no universo do design estratégico. À frente do seu estúdio, construiu uma abordagem que recusa fórmulas vazias e tendências repetidas, defendendo um princípio simples, mas cada vez mais raro: design não é estética é intenção.

A sua visão nasce de uma inquietação real com o mercado. Ao longo dos anos, Marta foi assistindo à massificação de soluções

visuais semelhantes, onde muitas marcas seguem padrões pré-definidos na tentativa de parecer sofisticadas, mas acabam por perder identidade. Foi dessa saturação que surgiu o conceito que hoje define o seu trabalho: design sem “bullshit”.

“Não construo marcas para parecerem bem. Construo marcas que fazem sentido”, afirma.

O caminho de Marta no design começou cedo e de forma intencional. Desde o ensino secundário, ao optar pela área de artes, até à licenciatura em design de comunicação na Facul-

dade de Belas Artes de Lisboa, a sua formação foi sempre guiada pela curiosidade e pelo rigor.

Num tempo em que a tecnologia não permitia atalhos, aprendeu a pensar antes de executar uma base que continua a orientar todo o seu processo criativo. Seguiram-se 14 anos em agência, onde consolidou competências e ganhou uma visão ampla da comunicação.

Hoje, o foco está no branding, editorial e packaging áreas onde encontra uma ligação mais profunda com a materialização das ideias, sobretudo através do papel, dos materiais e dos detalhes que constroem percepção.

Para Marta, o verdadeiro

impacto do design começa precisamente quando a estética deixa de ser o centro da discussão. Um projeto bem construído não depende de tendências, mas de uma compreensão clara do negócio, do contexto e do público.

O seu processo começa sempre antes do visual. Parte da escuta, da análise e da estruturação da mensagem. Só depois entra o design, como consequência lógica de decisões estratégicas.

“Design não serve para embelezar. Serve para estruturar, alinhar e dar direção.”

Essa abordagem traduz-se em marcas mais consistentes, mais relevantes e menos dependentes de constantes ajustes para acompanhar o mercado.





tentes, pouco claras e com dificuldade em gerar confiança.

Criar design com impacto, na sua visão, não é exagerar nem complicar. É simplificar com intenção. É retirar o ruído e garantir que a mensagem é compreendida sem esforço.

O impacto surge da coerência, da consistência e da capacidade de a marca se manter relevante ao longo do tempo.

Quando isso acontece, deixa de ser necessário explicar a marca fala por si.

Os próximos passos do Marta Horta Design Studio passam por aprofundar o impacto, e não necessariamente escalar. A aposta está na partilha de conhecimento através de formações, workshops e palestras, ajudando a desconstruir ideias erradas sobre o design.

Paralelamente, surgem novos formatos de trabalho, como a consultoria "SOS Marca", pensada para empreendedores que precisam de clareza



za e estratégica sem avançar para um projeto completo.

Mais do que crescer em quantidade, Marta quer continuar a trabalhar com intenção ao lado de quem compreende que o design não é um detalhe, mas uma decisão estrutural.

E, num mercado cada vez mais ruidoso, essa clareza pode ser o maior diferencial de todos.

Num setor cada vez mais acessível a ferramentas e soluções rápidas, Marta destaca aquilo que considera ser o verdadeiro diferencial: o pensamento.

Mais do que executar, o seu trabalho está em interpretar, filtrar e traduzir o que muitas vezes

o cliente ainda não consegue expressar. Trabalha de forma próxima, sem intermediários, criando um espaço onde a estratégia se constrói com profundidade.

"Hoje qualquer pessoa consegue fazer algo que parece design. Mas parecer não é ser."

É precisamente nessa diferença entre o superficial e o essencial que o seu trabalho ganha relevância.

Um dos exemplos mais marcantes do seu percurso foi o projeto da "Loja do Vô Tónio", uma mercearia tradicional que passou por uma nova geração. Mais do que modernizar, o desafio foi preservar a memória emocional do espaço, criando uma identidade com significado.

Desde o logótipo inspirado numa

expressão familiar até aos materiais com mensagens e propósito, cada detalhe foi pensado para comunicar. O resultado não foi apenas uma nova imagem, mas uma nova perceção do negócio.

Este projeto acabou por ser distinguido com prémios internacionais, mas, para Marta, o verdadeiro impacto está na forma como a marca passou a ser vivida e reconhecida.

Ao longo do seu percurso, Marta identifica um erro recorrente: a associação do design à aparência. Muitos empreendedores continuam a tratar a marca como um elemento final, quando na realidade deveria ser parte estrutural do negócio.

Outro equívoco comum é acreditar que soluções rápidas muitas vezes apoiadas em templates ou inteligência artificial conseguem substituir um processo estratégico.

Para Marta, a consequência é clara: marcas inconsis-



PM SERVICES

MAGAZINE

INSPIRAÇÃO ■ LIDERANÇA ■ IMPACTO

EDIÇÃO

99

ABRIL 2026

CRISTINA PEIXOTO:

Crescer com estratégia, liderar com consciência

PÁGINAS

5 A 7

