

PM SERVICES

MAGAZINE

INSPIRAÇÃO

LIDERANÇA

IMPACTO

EDIÇÃO

148

OUTUBRO
2026

KING LEVI

— ÁFRICA, CULTURA E PODER:
Uma nova visão do luxo

PÁGINA 12

ANA FERNANDES:

Liderar pessoas, desenvolver potencial e transformar resultados

Ana Josefina Dias Fernandes, natural de Nampula, tem mais de 20 anos de experiência na indústria de bens de grande consumo, com um percurso profissional que atravessa as áreas de Produção, Logística e Recursos Humanos. Engenheira química de formação, encontrou no coaching executivo uma forma de dar continuidade à sua vocação para o desenvolvimento humano. Actualmente, é Coach Executiva com a credencial ACC (Associate Certified Coach) da International Coaching Federation (ICF) e fundadora da My Potential, iniciativa dedicada ao desenvolvimento de profissionais, líderes e organizações.

Aos 61 anos, Ana Fernandes olha para a sua trajectória como um processo contínuo de aprendizagem, adaptação e descoberta. A sua história profissional foi construída em contextos exigentes, onde a capacidade de tomar decisões, gerir operações e alcançar resultados era fundamental. Contudo, por detrás da experiência técnica e das responsabilidades de liderança, desenvolveu-se uma convicção que viria a redefinir a sua missão: o verdadeiro legado de um líder também se mede pelas pessoas que ajuda a crescer.

Filha de uma profissional de Recursos Humanos e de um advogado que iniciou o seu percurso como enfermeiro, cresceu num ambiente onde o respeito, o cuidado pelo outro e o sentido de justiça faziam parte da vida quotidiana. Esses valores acompanharam-na ao longo dos anos e continuam a influenciar a forma como estabelece relações, toma decisões e exerce a liderança.

«Na essência, considero-me uma pessoa em evolução», afirma, explicando que acredita no crescimento humano nas dimensões mental, intelectual e espiritual. É nesta perspectiva que procura orientar a sua vida: aprender continuamente, partilhar conhecimento e contribuir positivamente para o desenvolvimento dos outros.

A sua carreira começou a ganhar forma na indústria têxtil e prosseguiu na indústria de bens de grande consumo, onde assumiu responsabilidades nas áreas de Produção, Operações e Cadeia de Abastecimento. Foram anos marcados pela exigência dos resultados diários, pela necessidade de tomar decisões rápidas e pela gestão de processos em que atrasos ou falhas podiam ter consequências imediatas.



A experiência proporcionou-lhe uma compreensão profunda do funcionamento das organizações e dos desafios enfrentados pelas equipas. Mas foi uma mudança profissional que a aproximou de uma dimensão diferente da liderança: o desenvolvimento das pessoas.

Depois de consolidar a sua expe-

riência nas áreas operacionais, Ana foi convidada a assumir a Direcção de Recursos Humanos. A empresa procurava alguém que conhecesse o negócio e demonstrasse uma verdadeira paixão pelo desenvolvimento humano. Reconheceu nela essas características e abriu-lhe a porta para uma nova etapa.

A transição representou mais do que uma mudança de departamento. Exigiu-lhe rever práticas, adaptar o ritmo de trabalho e compreender que os desafios relacionados com as pessoas nem sempre encontram resposta na rapidez de execução que caracteriza os ambientes industriais.



«Percebi que precisava de ajustar o meu ritmo, dedicar mais tempo à escuta e compreender melhor as necessidades das pessoas», recorda.

Essa experiência reforçou uma aprendizagem que hoje ocupa um lugar central no seu trabalho: liderar exige reconhecer que diferentes contextos pedem diferentes abordagens. A competência técnica continua a ser importante, mas não é suficiente quando o objectivo passa por mobilizar pessoas, desenvolver capacidades e construir equipas capazes de responder a desafios complexos.

Foi precisamente no exercício das funções de Recursos Humanos que conheceu melhor o coaching e descobriu uma metodologia alinhada com aquilo que já procurava fazer enquanto líder. Em vez de oferecer respostas prontas, o coaching cria condições para que cada pessoa desenvolva consciência sobre os seus comportamentos, identifique recursos e limitações e encontre as próprias respostas.

Ana reconheceu nessa abordagem uma forma de dar continuidade à sua vocação. Decidiu, então, investir na formação como coach executiva e transfor-

mar o desenvolvimento humano numa missão profissional.

A sua prática levou-a, contudo, a uma nova interrogação: porque é que algumas pessoas, mesmo depois de re-



conhecerem aquilo que precisam de mudar, conseguem avançar, enquanto outras permanecem no mesmo lugar?

A pergunta conduziu-a à Neurociência aplicada ao coaching. Interessada em compreender melhor os mecanismos que influenciam o pensamento, as emoções, os comportamentos e a formação de hábitos, procurou aprofundar os conhecimentos sobre aquilo que facilita ou dificulta a passagem da intenção à acção.

Esta aprendizagem permitiu-lhe olhar para os processos de mudança com maior profundidade. Compreender o que uma pessoa sabe não significa, necessariamente, compreender o que a impede de agir. Entre o conhecimento e a execução podem existir medos, crenças limitadoras, hábitos consolidados ou dificuldades em tomar decisões.

No acompanhamento dos seus clientes, essa perspectiva traduz-se numa abordagem atenta à singularidade de cada pessoa, respeitando o seu ritmo e procurando identificar aquilo que realmente precisa de mudar para que o desenvolvimento se transforme em resultados concretos.

É também esta visão que orienta a My Potential, iniciativa através da qual Ana procura apoiar profissionais e organizações no reconhecimento e desenvolvimento das suas capaci-



dades.

Entre os desafios que identifica com maior frequência estão a falta de autoconhecimento, o medo de falhar, a dificuldade em manter o foco, a indecisão e a inconsistência na execução. São situações que podem afectar profissionais competentes, com experiência e conhecimento, mas que nem sempre conseguem transformar esses recursos em resultados proporcionais ao seu potencial.

Para Ana, o primeiro passo consiste em aumentar a consciência individual. É necessário compreender quem somos, quais são as nossas principais capacidades, que comportamentos favorecem o nosso desempenho e que crenças podem estar a limitar o crescimento.

«Muitas vezes, sabemos o que deveríamos fazer, mas não o fazemos», observa. Por isso, defende que o desenvolvimento profissional não pode limitar-se à aquisição de conhecimentos. É necessário aplicá-los nas decisões e nas acções do quotidiano.

A inteligência emocional, a resiliência, a disciplina e o foco estão entre as competências que considera fundamentais para o futuro do trabalho. Num contexto em constante transformação, a capacidade de gerir as próprias emoções, compreender os outros e co-

laborar com pessoas diferentes torna-se tão relevante como o domínio técnico de uma função.

A questão do desempenho conduz igualmente Ana a uma reflexão sobre a cultura das organizações. Numa realidade em que muitas empresas procuram aumentar a produtividade e alcançar resultados cada vez mais ambiciosos, considera essencial reconhecer que as pessoas não podem ser avaliadas apenas pelos números que produzem, ignorando as condições em que trabalham.

O equilíbrio entre performance e bem-estar começa, na sua perspectiva, pelo reconhecimento de que cada profissional tem características, necessidades e factores de motivação próprios. Cabe à liderança compreender essas diferenças, estabelecer expectativas claras, disponibilizar recursos adequados e criar espaço para a aprendizagem e a autonomia.

Quando as pessoas compreendem o que se espera delas e dispõem de condições para assumir responsabilidades, a responsabilização deixa de depender exclusivamente da pressão constante. O desenvolvimento passa a integrar a própria dinâmica de trabalho, permitindo que o bem-estar e os resultados se reforcem mutuamente.

A mesma lógica aplica-se às equipas. Reunir profissionais altamente qualificados não garante, por si só, um desem-



penho colectivo consistente. Uma equipa pode concentrar talento e experiência e, ainda assim, falhar na concretização dos seus objectivos.

Entre os obstáculos que identifica estão a ausência de uma visão partilhada, o desalinhamento de prioridades, a divergência de valores, os egos individuais e o trabalho em silos. Em determinadas organizações, cada departamento procura cumprir as suas próprias metas, mas perde de vista os objectivos comuns.

É neste espaço entre a competência individual e a capacidade de trabalhar em conjunto que o team coaching pode contribuir para fortalecer o alinhamento, melhorar a colaboração e construir uma compreensão colectiva sobre aquilo que a equipa pretende alcançar e como o fará.

Para Ana Fernandes, um líder que desenvolve pessoas distingue-se daquele que apenas ocupa uma posição de autoridade pela forma como utiliza o seu poder. Enquanto a autoridade pode permitir dar instruções e resolver problemas imediatos, a liderança orientada para o desenvolvimento procura preparar as pessoas para pensar, decidir e agir com maior autonomia.

«O principal papel de um líder é criar condições para que a sua equipa tenha sucesso», defende.

Esta perspectiva exige investimento no crescimento dos profissionais, disponibilização dos recursos necessários e capacidade para desafiar as pessoas a encontrar soluções por si próprias. Dar todas as respostas pode resolver uma dificuldade momentânea, mas nem sempre prepara a equipa para enfrentar os desafios seguintes.

À medida que um profissional cresce na liderança, explica Ana, os seus resultados passam a depender cada vez



mais daquilo que consegue mobilizar nos outros. A transição mais importante ocorre quando deixa de medir o próprio valor apenas pelo trabalho que executa pessoalmente e começa a reconhecer a sua contribuição na capacidade de fazer crescer quem o rodeia.

A sua experiência também a aproximou das questões relacionadas com o desenvolvimento e o empoderamento feminino. Apesar dos progressos alcançados, considera que a dúvida sobre o próprio valor continua a limitar muitas mulheres no mercado profissional.

Mesmo mulheres com carreiras consolidadas podem atribuir as suas conquistas sobretudo à sorte, subestimar as próprias competências ou adiar decisões por acreditarem que ainda não estão suficientemente preparadas.

A esta dificuldade junta-se a exigência, ainda presente em determinados contextos, de as mulheres terem de demonstrar repetidamente que merecem ocupar posições de responsabilidade. Ana reconhece que muitas respondem a essa realidade com maior preparação e dedicação, mas sublinha que essa capacidade de resposta não torna justa a exigência adicional.

A afirmação feminina depende, assim, de duas dimensões complementares: reconhecer o próprio mérito e construir ambientes profissionais que valorizem as competências das mulheres, reconheçam o seu contributo e lhes proporcionem oportunidades reais de crescimento.

A sua própria trajectória ajuda a compreender a importân-

bora eficazes em contextos anteriores, já não respondiam às exigências das novas funções.

Na Produção e na Logística, a pressão dos resultados diários exigia rapidez, acompanhamento próximo e decisões imediatas. Nos Recursos Humanos, encontrou situações que pediam maior reflexão, escuta e uma perspectiva de longo prazo.

O compromisso com os resultados permaneceu, mas a forma de os alcançar teve de mudar.

Essa aprendizagem tornou-se uma referência no acompanhamento que hoje presta a profissionais em transição de carreira ou perante novos desafios de liderança. Ana conhece, por experiência própria, a insegurança que pode acompanhar a entrada num território desconhecido, mas também sabe que essas mudanças podem revelar capacidades que ainda não tinham sido exploradas.

Ao olhar para alguém que possui talento e conhecimento, mas ainda não conseguiu transformá-los em resultados, não começa por prescrever uma solução. Prefere compreender o ponto de partida, identificar os obstáculos e ajudar a pessoa a definir onde pretende chegar.

As perguntas que orientam esse processo são directas: onde estou, onde quero chegar, que recursos já possuo, o que me está a limitar e o que estou disposta a fazer de forma diferente?

A partir daí, o objectivo é identificar uma primeira acção concreta. A consciência permite compreender o caminho; a acção inicia a mudança; e a consistência permite sustentá-la ao longo do tempo.

É nesta relação entre consciência, decisão e execução que se encontra uma das ideias centrais do trabalho de Ana Fernandes. O potencial, por si só, representa uma possibilidade. Para produzir resultados, precisa de ser acompanhado por escolhas conscientes, coragem para enfrentar limitações e disciplina para transformar intenções em comportamentos.

Aos 61 anos, a sua história profissional continua a ser escrita a partir da mesma disposição para aprender que a acompanha desde o início. A engenharia deu-lhe ferramentas para compreender processos e sistemas; a experiência em operações ensinou-lhe a trabalhar sob pressão; os Recursos Humanos aproximaram-na das pessoas; e o coaching abriu-lhe novas possibilidades para acompanhar o crescimento humano.

Hoje, através da My Potential, Ana Fernandes procura ajudar profissionais e organizações a reconhecerem capacidades, ultrapassarem bloqueios e desenvolverem formas de trabalhar e liderar mais conscientes e eficazes.

O seu percurso recorda que a experiência não elimina a necessidade de aprender e que uma mudança de direcção não representa necessariamente uma ruptura com aquilo que fomos. Por vezes, é precisamente o conhecimento acumulado ao longo de diferentes etapas que nos permite descobrir uma nova forma de contribuir.

No centro da sua missão está uma convicção: o verdadeiro potencial começa a produzir resultados quando o autoconhecimento se transforma em decisão, a decisão se converte em acção e a liderança cria condições para que outras pessoas também possam crescer.

SOLUÇÕES EM COMUNICAÇÃO E DESIGN



Criatividade, Estratégia e Palavra
para comunicar o que importa.



DESIGN WEB

Sites modernos, responsivos e estratégicos
que destacam a sua empresa e geram resultados.

- ✓ Sites Institucionais
- ✓ Landing Pages
- ✓ Lojas Online
- ✓ Manutenção e Atualização



DESIGN GRÁFICO EDITORIAL

Projetos gráficos que comunicam com clareza,
elegância e propósito.

- ✓ Revistas e Catálogos
- ✓ Livros e E-books
- ✓ Relatórios e Brochuras
- ✓ Identidade Visual



CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO

Estratégias personalizadas para fortalecer
a imagem, reputação e posicionamento da sua marca.

- ✓ Planeamento de Comunicação
- ✓ Comunicação Interna
- ✓ Gestão de Imagem e Reputação
- ✓ Assessoria de Comunicação

SERVIÇOS DE CONTEÚDO E REVISÃO



REVISÃO LINGÜÍSTICA EDITORIAL

Textos mais claros, corretos
e profissionais.



COPYWRITER PUBLICITÁRIO

Palavras que persuadem,
conectam e vendem.



REVISÃO LINGÜÍSTICA LITERÁRIA

Para Livros, Documentos
Institucionais e muito mais.



REVISÃO LINGÜÍSTICA LITERÁRIA

Para Livros, Documentos
Institucionais e muito mais.

Da ideia à mensagem, nós cuidamos de tudo.



CONTACTE A
SOCIEDADE **GENERUS LDA**



+258 87 040 3759
+258 84 734 2668

♥ Profissionalismo. Criatividade. Compromisso com a excelência.

ERNÍLIA SAMUEL UALANE:

Transformar a dor em propósito e o propósito em amparo

Aos 21 anos, Ernília Samuel Ualane, natural do distrito de Chokwè, província de Gaza, está a construir um percurso que cruza empreendedorismo, intervenção social, escrita e fé cristã. Fundadora da Lumera Lanchonete e da Amparo ONG, a jovem moçambicana encontrou nas experiências pessoais mais difíceis uma motivação para criar oportunidades, acolher mulheres em situação de vulnerabilidade e incentivar outras pessoas a recomeçarem. A sua história parte de uma convicção que atravessa todas as dimensões da sua vida: aquilo que vivemos não precisa de determinar os nossos limites, podendo também tornar-se o ponto de partida para transformar a vida de outras pessoas.

«Costumo dizer que a Ernília, antes de todos os títulos, reconhecimentos e formações, é amor», afirma. É nessa palavra que procura sintetizar a sua identidade e a força que a impulsiona a continuar a aprender, empreender e servir. Para ela, compreender quem se tornou exige olhar para as experiências que marcaram a sua infância e para as circunstâncias que contribuíram para definir os seus propósitos.

A rejeição ocupa um lugar central nessa história. Ernília descreve a relação com o pai como uma das suas maiores dores e reconhece que as dificuldades vividas pela mãe, na sequência dessa realidade familiar, influenciaram profundamente a sua maneira de olhar para a vida. Foi nesse contexto que desenvolveu uma aversão à pobreza, à estagnação e à ideia de permanecer num lugar sem procurar alternativas.

Essa inquietação tornou-se uma força para procurar melhores condições para si, para a família e para as gerações futuras. Com o tempo, porém, a experiência pessoal deixou de representar apenas uma motivação individual e começou a assumir uma dimensão colectiva. A jovem percebeu que as dores que a marcaram também poderiam ajudá-la a compreender outras mulheres que enfrentam situações de abandono, violência ou falta de apoio.

No plano profissional, o desejo de

empreender surgiu cedo. Ainda mais nova, costumava afirmar que não queria trabalhar sob as ordens de outras pessoas, mas ocupar uma posição de liderança. A frase, inicialmente expressa como uma ambição juvenil, reflectia uma vontade de conquistar autonomia e construir algo próprio.

Foi à procura dessa possibilidade que descobriu a Gestão Empresarial, área que lhe permitiu aprofundar conhecimentos sobre organização, liderança e criação de negócios. A formação ajudou-a a transformar uma intenção numa perspectiva mais concreta de futuro.

A paixão pela gastronomia ofereceu-lhe a oportunidade de juntar o interesse pela gestão à vontade de empreender. Assim nasceu a Lumera Lanchonete, projecto através do qual procurou construir um negócio próprio e colocar em prática os conhecimentos adquiridos.





A aceitação inicial foi expressiva, mas o percurso revelou que a abertura de um negócio e a conquista dos primeiros clientes representam apenas uma parte do desafio empresarial. Com o passar do tempo, começaram a surgir dificuldades relacionadas com o funcionamento interno, sobretudo no atendimento ao cliente e na comunicação entre os colaboradores.

Ernilia percebeu que ter profissionais competentes nas suas funções não garantia, por si só, uma experiência satisfatória para quem procurava os serviços da empresa. A comunicação tornou-se um dos principais obstáculos à consolidação do negócio e obrigou-a a questionar a forma como estava a exercer a gestão.

A experiência confrontou-a com uma realidade comum a muitos empreendedores: o conhecimento teórico precisa de ser acompanhado pela capacidade de identificar problemas, melhorar processos e adaptar a organização às necessidades do mercado.

Uma das decisões mais difíceis foi encerrar a sua primeira empresa para criar condições para a reestruturação. Em vez de interpretar esse momento apenas como um recuo, Ernilia encarou-o como uma oportunidade para adquirir novos conhecimentos, rever procedimentos e compreender melhor os factores que influenciam a sustentabilidade de um empreendimento.

«Ser gestora empresarial não é o principal para garantir o sucesso de um empreendimento, mas saber aplicar o conhecimento no lugar certo, de modo que isso gere óptimos resultados», defende.

A decisão marcou uma mu-

dança na sua percepção sobre o empreendedorismo. A liderança deixou de estar associada apenas à posição que desejava ocupar e passou a exigir uma compreensão mais profunda das responsabilidades inerentes à gestão. Para fazer crescer um negócio, não basta ter iniciativa ou dominar uma área de actividade. É necessário reconhecer fragilidades, aprender com os erros e construir estruturas capazes de sustentar o crescimento.

Se a Lumera representa a sua procura por autonomia e realização empresarial, a Amparo ONG traduz uma dimensão mais íntima da sua história: a vontade de transformar experiências dolorosas em apoio para outras pessoas.

A organização nasceu da necessidade de servir a comunidade e de criar um espaço de acolhimento para mulheres em situação de vulnerabilidade, particularmente vítimas de violência física, sexual e verbal, bem como para crianças sem acompanhamento paterno.

A escolha destes grupos não é alheia à sua própria experiência familiar. Ernilia explica que a Amparo é também uma homenagem à mãe, a quem reconhece o mérito de ter abdicado de parte da própria vida para lhe proporcionar condições que considerava mais favoráveis ao seu crescimento.

Ao recordar esse percurso, a jovem encontra na mãe uma referência de coragem, resistência e dedicação. É essa imagem que deseja transmitir às mulheres que procuram apoio: a possibilidade de reconhecer o próprio valor, defender os

seus direitos e compreender que as circunstâncias em que vivem não precisam de definir o resto das suas vidas.

A Amparo pretende, assim, promover um espaço onde as mulheres possam encontrar acolhimento e motivação para reconstruir os seus caminhos, mesmo depois de experiências marcadas pela violência, pelo abandono ou pela ausência de apoio. A organização

procura igualmente contribuir para que as crianças abrangidas pelas suas iniciativas tenham melhores condições para o seu desenvolvimento.

Para Ernilia, a transformação começa quando uma pessoa volta a acreditar em si própria e reconhece que pode procurar uma realidade diferente. O apoio social, nessa perspectiva, não deve limitar-se à resposta imediata às dificuldades, mas também contribuir para recuperar a confiança, fortalecer a autonomia e criar condições para novos começos.

A dimensão espiritual é inseparável dessa visão. A fé em Jesus Cristo ocupa o centro da identidade de Ernilia e influencia a maneira como interpreta a liderança, o empreendedorismo, as relações pessoais e o serviço à comunidade.

«Jesus é a minha identidade», afirma, explicando que procura orientar as suas decisões pela fé e pela direcção do Espírito Santo. Para ela, a actividade empresarial não está separada das suas convicções religiosas. Pelo contrário, considera que os negócios podem constituir uma forma de servir, criar oportunidades e contribuir positivamente para a vida de outras pessoas.

É também por essa razão que defende a importância de colocar Jesus no centro dos empreendimentos, encarando a gestão como uma responsabilidade que deve ser exercida com sabedoria, propósito e consciência do impacto gerado.

Esta perspectiva estende-se à forma como procura conciliar as diferentes dimensões da sua vida. A gestão da Lumera, o trabalho desenvolvido através da Amparo, a escrita e as relações pessoais ocupam lugares importantes na sua identidade. Ernilia rejeita a ideia de

que a sua existência se resume às responsabilidades profissionais e sociais, reconhecendo que também tem uma vida pessoal e social para além do mundo corporativo.

Acredita que o compromisso com actividades que fazem sentido para si facilita essa conciliação, embora reconheça que todas elas encontram na fé a sua principal fonte de inspiração.

No seu percurso de crescimento, a participação no programa Alice by Miss Abacar, onde foi seleccionada como Mentee 2025, representa outra etapa relevante. A iniciativa proporcionou-lhe contacto com mentoras, novas relações profissionais e oportunidades para desenvolver competências de liderança e empreendedorismo.

Ernilia considera que a experiência lhe permitiu ampliar horizontes e compreender a importância das conexões no crescimento profissional. Destaca, em particular, o papel da sua mentora individual, cuja experiência e orientação contribuíram para a sua evolução ao longo de seis meses.

A relação com outras mulheres de diferentes percursos ajudou-a a reconhecer novas possibilidades de liderança e a desenvolver maior confiança na sua capacidade de ocupar espaços profissionais. A sua futura participação como moderadora de um dos painéis do Alice Talks representa, nesse sentido, mais uma oportunidade para colocar em prática as aprendizagens adquiridas e fortalecer o seu posicionamento.

Para uma jovem que procura construir o próprio caminho, a experiência reforça a importância de não caminhar isoladamente. A formação pode fornecer ferramentas, mas a orientação de pessoas experientes, o acesso a redes profissionais e a partilha de conhecimento podem abrir portas e acelerar processos de aprendizagem.





A escrita constitui outra forma de intervenção na vida das pessoas. Ernília escreve sobretudo para mulheres, procurando dar voz a histórias de sofrimento, superação e recomeço. As suas narrativas

inspiram-se em experiências que conhece directamente e em histórias de outras mulheres que, apesar das dificuldades, encontram coragem para procurar ajuda e transformar as suas realidades.

Na sua perspectiva, a escrita e a Amparo ONG são iniciativas complementares. Enquanto a organização procura criar espaços de



acolhimento e apoio, os textos procuram alcançar emocionalmente as leitoras, fazendo-as sentir compreendidas e encorajadas a reconhecer o seu valor.

O objectivo é que cada mulher que encontre as suas palavras possa perceber que não está necessariamente condenada a permanecer nas circunstâncias em que se encontra. Há caminhos possíveis, recursos que podem ser procurados e decisões que podem abrir espaço para uma nova etapa.

Ernília pretende que a sua escrita seja um lugar de identificação e esperança, especialmente para quem viveu experiências de rejeição, violência ou desvalorização. Ao partilhar essas histórias, procura contribuir para uma cultura em que pedir ajuda não seja entendido como sinal de fraqueza, mas como um passo legítimo na procura de segurança, dignidade e transformação.

Ao comparar a jovem que começou a empreender com a mulher que é hoje, reconhece que a maturidade adquirida constitui uma das suas maiores conquistas. A sua visão sobre os negócios tornou-se mais clara e estruturada, e passou a compreender que o sucesso não deve ser medido exclusivamente pelos valores financeiros alcançados.

O crescimento, para si, também está relacionado com a capacidade de aprender atra-

de valores e objectivos que ultrapassem os resultados financeiros. Em paralelo, pretende fortalecer a Amparo e continuar a escrever para mulheres que precisam de encontrar coragem para reconstruir as suas vidas.

A transformação que ambiciona é ampla: espiritual, emocional, psicológica, educacional e empreendedora. Quer que as mulheres encontrem apoio para recuperar a confiança, desenvolver capacidades e assumir o protagonismo das próprias histórias.

Aos 21 anos, Ernília Samuel Ualane ainda está no início de um percurso que pretende consolidar através da aprendizagem, da experiência e do serviço. A sua história não é a de alguém que afirma ter todas as respostas, mas a de uma jovem que procura transformar aquilo que viveu numa motivação para construir algo com significado.

A rejeição marcou parte da sua história, mas não é o único elemento através do qual deseja ser reconhecida. A maternidade da coragem que atribui à sua mãe, a fé que orienta as suas decisões, os desafios do empreendedorismo e a vontade de apoiar outras mulheres ajudam a explicar a direcção que escolheu seguir.

No horizonte está um legado em que os negócios criem valor, a escrita ofereça identificação e esperança, e a intervenção social proporcione condições para que outras pessoas possam recomeçar. Para Ernília, a maior realização será ver mulheres que encontraram



vés das experiências, reconhecer os próprios erros e desenvolver uma visão mais consciente sobre o impacto das suas decisões.

No futuro, deseja contribuir para que empresários e empreendedores desenvolvam negócios sustentáveis e encontrem formas de colocar a sua actividade ao serviço

apoio tornarem-se protagonistas das suas próprias histórias.

Porque, na visão de Ernília Samuel Ualane, a verdadeira transformação acontece quando a dor deixa de ser apenas uma memória e se converte numa oportunidade de servir, fortalecer outras vidas e construir um futuro diferente.

MARCILDA CUMBE:

Entre a electricidade industrial e o sonho de empreender



da a lutar por uma vida melhor. As dificuldades não apagaram as suas ambições; pelo contrário, ajudaram-na a perceber a importância do trabalho, da independência e da capacidade de procurar soluções perante as circunstâncias. Entre os seus principais objectivos esteve a possibilidade de pagar a própria formação e ajudar a mãe, duas motivações que tiveram um papel decisivo na sua entrada no empreendedorismo.

Foi nesse contexto que surgiu a Cidinha Store Shein. O interesse pela moda e pelas vendas encontrou nas necessidades da sua vida uma oportunidade para criar algo próprio. Contudo, dar os primeiros passos não foi simples. O medo de começar e de não alcançar os resultados esperados esteve entre os principais desafios que precisou de enfrentar. Ainda assim, decidiu avançar, apoiando-se na fé em Deus e na determinação de continuar a lutar pelos seus objectivos.

Aos 22 anos, Marcilda da Flórida David Cumbe, natural da cidade de Maputo, constrói o seu percurso entre a Electricidade de Manutenção Industrial e o empreendedorismo. Formada na área em que actualmente trabalha, é também fun-

dadora da Cidinha Store Shein, um negócio que nasceu da vontade de conquistar independência financeira, apoiar a família e criar melhores oportunidades para o futuro. A sua história reflecte o esforço de uma jovem que procura conciliar a carreira profissional com a ambição de desenvolver um projecto próprio.

Antes de se apresentar como empreendedora, Marcilda é uma profissional formada em Electricidade de Manutenção Industrial, uma área que exige conhecimentos técnicos, responsabilidade e capacidade para lidar com desafios. O facto de exercer a profissão para a qual se preparou representa uma etapa importante do seu percurso, enquanto

o negócio que criou traduz uma outra dimensão dos seus objectivos: construir autonomia financeira e ampliar as possibilidades de crescimento.

A sua infância não foi fácil, e as experiências vividas contribuíram para desenvolver uma personalidade determinada, habitua-





A experiência ensinou-lhe que empreender exige mais do que vontade. É necessário aprender, adaptar-se e desenvolver confiança ao longo do caminho. Marcilda compreendeu que não precisava de ter todas as respostas no início, mas de estar disposta a evoluir, corrigir falhas e trabalhar de forma consistente para construir o negócio que idealizou.

Na gestão da Cidinha Store Shein, procura dar prioridade à confiança e à proximidade com os clientes. O cumprimento dos prazos acordados e

compreender as suas preferências e oferecer uma experiência de compra satisfatória.

Ao longo do percurso, também enfrentou momentos em que se comparou com outras pessoas e com o ritmo de crescimento dos respectivos negócios. Com o tempo, percebeu que o empreendedorismo não deve ser encarado como uma competição permanente. Cada pessoa tem circunstâncias, recursos e oportunidades diferentes, pelo que considera mais importante concentrar-se no próprio desenvolvimento, valorizar cada conquista e manter a disciplina necessária para continuar.

sificar a oferta de produtos e consolidar a marca como uma opção reconhecida pela confiança. A ambição passa por continuar a desenvolver o negócio sem deixar de investir no seu crescimento profissional, mantendo abertas as possibilidades que o conhecimento técnico e a iniciativa empreendedora podem proporcionar.

Às jovens mulheres que desejam iniciar os seus próprios projectos, deixa uma mensagem assente na coragem de começar, mesmo perante a incerteza. Defende que não se deve permitir que o medo determine as escolhas e que é possível avançar com os recur-



uma comunicação clara fazem parte da forma como conduz as vendas. Permite igualmente que os clientes levistem os produtos na sua residência, uma alternativa que contribui para tornar o processo mais próximo e reforçar a segurança na relação comercial.

A marca dirige-se sobretudo a pessoas que apreciam a moda, gostam de acompanhar tendências e procuram produtos atractivos a preços acessíveis. Mais do que disponibilizar artigos, Marcilda pretende construir uma relação de confiança com os clientes, procurando

A conciliação entre a actividade profissional na área da Electricidade de Manutenção Industrial e a gestão da Cidinha Store Shein representa outro aspecto importante da sua trajectória. São caminhos distintos, mas que correspondem à sua vontade de crescer em diferentes dimensões. De um lado, tem a profissão para a qual se formou e na qual continua a desenvolver experiência; do outro, um negócio que lhe permite explorar o interesse pela moda e trabalhar na construção da sua independência financeira.

Para o futuro, Marcilda pretende expandir a Cidinha Store Shein, alcançar mais clientes em Moçambique, diver-

sos disponíveis, aprender durante o processo e respeitar o próprio ritmo de crescimento.

A história de Marcilda da Flórida David Cumbe mostra que a formação profissional e o empreendedorismo podem coexistir como caminhos complementares na construção de um futuro. Entre o trabalho na Electricidade de Manutenção Industrial e o desenvolvimento da Cidinha Store Shein, procura transformar as dificuldades do passado em motivação para alcançar novos objectivos. A sua trajectória continua em construção, sustentada pela fé, pela determinação e pela vontade de conquistar uma vida com mais independência e oportunidades.

Feijão do Amor

*Água de
Coco Natural
Com Amor*

Nacional, Puro,
Fresco e Saudável

KING LEVI

— ÁFRICA, CULTURA E PODER: Uma nova visão do luxo

Em Maputo, a moda começa a ocupar um espaço que ultrapassa as passarelas. Entre tecidos, alfaiataria, música, cultura, empreendedorismo e encontros internacionais, cresce uma visão que procura transformar a criatividade africana numa indústria com identidade, valor económico e capacidade de competir além-fronteiras. No centro dessa movimentação está Levi Aurélio Maluvelo, conhecido como King Levi Dapper, fundador da Fancy Africa e uma das vozes que têm procurado reposicionar a moda e a cultura africanas a partir de Moçambique.

Levi apresenta-se antes de qualquer título como um homem moçambicano, nascido em Maputo, pai de família, sonhador e criativo. A sua relação com a moda, porém, não pode ser dissociada de uma inquietação mais ampla: a convicção de que África possui uma riqueza cultural extraordinária, mas ainda não explora plenamente o seu potencial como activo económico, criativo e estratégico.





A música, a dança, as tradições, as cores, o artesanato e as histórias que atravessam gerações fazem parte de uma identidade que, para Levi, não deveria servir apenas como inspiração. Deveria também constituir matéria-prima para marcas,

negócios, carreiras e oportunidades.

Foi desta percepção que começou a ganhar forma uma visão que hoje define o seu percurso. Em vez de perguntar como África poderia reproduzir os modelos de sucesso criados noutros lugares,

Levi passou a questionar por que razão o continente não poderia criar as suas próprias referências e apresentá-las ao mundo.

Durante anos, a moda moçambicana foi frequentemente associada ao entretenimento e

aos eventos. Para Levi, essa percepção é demasiado limitada para uma indústria que pode envolver designers, modelos, fotógrafos, produtores, artesãos, gestores, investidores, comunicadores, técnicos e uma extensa cadeia de serviços.

Há cerca de dez anos, essa convicção deu origem à Fancy, posteriormente transformada em Fancy Africa.

O projecto nasceu de uma constatação simples: existiam talentos, mas faltavam plataformas consistentes capazes de oferecer exposição, formação, networking e acesso a mercados. A solução, na visão de Levi, não poderia ser apenas mais um desfile.

Era necessário criar um ecossistema.

A Fancy Africa começou, assim, a construir uma plataforma que procura aproximar moda, cultura, empreendedorismo, educação, turismo e negócios. Maputo passou a ser apresentado como um ponto de encontro entre criadores africanos e profissionais de diferentes partes do mundo.

Ao longo de uma década, a plataforma foi criando espaços de descoberta, intercâmbio e relacionamento profissional. Designers, modelos, marcas e outros agentes da indústria passaram a encontrar na Fancy Africa uma oportunidade para apresentar trabalho, criar contactos e estabelecer novas relações.

O objectivo, contudo, nunca foi apenas colocar roupa numa passarela.

Para Levi, uma plataforma desta natureza só cumpre verdadeiramente a sua missão quando consegue produzir consequências para além do evento: uma parceria que nasce, uma marca que encontra um novo mercado, um designer que conquista confiança, um profissional que estabelece uma relação comercial ou um jovem que descobre uma possibilidade de carreira.

É neste ponto que surge o conceito de Afro Luxury, talvez uma das expressões mais fortes da visão de King Levi Dapper.

Durante muito tempo, o luxo foi associado a grandes capitais europeias e a marcas ocidentais. Para Levi, essa associação criou uma percepção limitada sobre aquilo que África poderia representar dentro do mercado global.

A sua interpretação do luxo africano parte de outro lugar.

O luxo está nos materiais, no artesanato, na simbologia, no conhecimento transmitido entre gerações e na capacidade de transformar referências tradicionais em produtos contemporâneos de elevada qualidade.

Afro Luxury, explica, não significa simplesmente colocar elementos africanos numa peça de roupa. Significa construir uma linguagem de excelência a partir da identidade africana, combinando qualidade, design, inovação, narrativa e posicionamento.

É uma mudança de perspectiva: deixar de ser apenas fonte de inspiração para outras indústrias e assumir o papel de criador e proprietário de marcas capazes de competir internacionalmente.

Essa visão encontra uma expressão concreta na XIGUBO, projecto através do qual Levi explora a relação entre alfaiataria contemporânea e referências culturais africanas.



A aposta é demonstrar que a identidade não precisa de ser sacrificada para alcançar sofisticação. Pelo contrário, pode ser precisamente a identidade aquilo que diferencia uma marca num mercado global cada vez mais interessado em histórias, autenticidade e significado.

Mas construir uma indústria criativa a partir de África implica enfrentar obstáculos que vão muito além da criatividade.

Ao longo dos dez anos da Fancy Africa, Levi conheceu dificuldades de financiamento, limitações logísticas, falta de estruturas adequadas e a necessidade permanente de mobilizar parceiros. Houve também o desafio de convencer diferentes actores de que a moda deve ser encarada como uma indústria séria, capaz de gerar actividade económica e oportunidades profissionais.

Em muitos momentos, as ambições foram maiores do que os recursos disponíveis.

Foi nesse intervalo entre o sonho e os meios para concretizá-lo que Levi encontrou uma das principais aprendizagens da sua trajectória: empreender em África exige criatividade, mas também resiliência, disciplina, capacidade de adaptação e disposição para reconstruir.

A liderança, por sua vez, deixou de ser entendida como uma posição de autoridade. Ao longo dos anos, Levi percebeu que liderar significa assumir responsabilidades, reconhecer erros, ouvir pessoas e manter uma equipa ligada a um propósito comum.

Também aprendeu que uma marca não se constrói apenas através de grandes momentos de visibilidade. É a consistência que permite criar confiança e permanecer relevante.

A edição de 2026 da Fancy Africa representou, por isso, um momento particularmente simbólico.

Realizada entre 28 de Setembro e 3 de Outubro, em Maputo, a iniciativa celebrou dez anos de actividade sob o tema “UBUNTU: TEMOS HISTÓRIA. SOMOS CULTURA. AFRICA RISE.”

A programação procurou reflectir a amplitude que o projecto adquiriu ao longo dos anos. O Fancy Africa Summit reuniu debates e masterclasses, enquanto o Cultural Day abriu espaço para a celebração da diversidade cultural. O bazar criou oportunidades de exposição comercial e os desfiles colocaram novamente

a criação de diferentes designers no centro da programação, culminando com os Fancy Africa Awards.

A edição também reforçou uma das características que Levi considera essenciais para o futuro da plataforma: a capacidade de aproximar diferentes geografias.

Profissionais de vários países africanos, do Brasil e da Europa participaram na progra-

mação, reforçando a ideia de que a moda pode funcionar como uma ferramenta de diplomacia cultural e criação de oportunidades.

Entre os momentos de maior significado para Levi esteve a apresentação da XIGUBO na passarela da Fancy Africa, precisamente no ano em que a plataforma completou uma década.

As colecções NDOMBA,





MAVU e INTO THE BLUE representaram diferentes dimensões da sua investigação criativa e, simultaneamente, estabeleceram uma ligação entre a história pessoal do designer e o percurso da plataforma que criou.

Mas o significado de uma década não está apenas naquilo que aconteceu no palco. Está também nas pessoas que passaram pela plataforma e regressaram anos depois com novas experiências, maior maturidade e novos projectos.

É nessas trajetórias que Levi encontra uma das principais razões para continuar.

A Fancy Africa procura agora olhar para além dos eventos. A intenção é criar condições para que os participantes possam transformar visibilidade em carreira, contactos em negócios e criatividade em valor económico.

A pergunta que orienta essa visão é simples: o que acontece depois da passarela?

Um desfile pode



apresentar um talento. Mas uma carreira exige formação, estratégia, profissionalização, acesso a financiamento, produção, distribuição,

comunicação e mercados. É também por isso que o Fancy Lab integra a visão de longo prazo de Levi. Se a

Fancy Africa representa conexão e posicionamento e a XIGUBO representa expressão criativa, o Fancy Lab procura trabalhar uma dimensão fundamental: a formação da próxima geração.

A proposta passa por desenvolver competências e estimular a criatividade de crianças, jovens e futuros profissionais, aproximando-os não apenas do lado artístico da moda, mas também das suas dimensões técnicas, empresariais e estratégicas.

Os três projectos formam, assim, partes de uma mesma visão.

Formar talentos. Criar. Apresentar. Conectar. Internacionalizar.

É também neste ponto que a diáspora africana ganha importância.

Para Levi, milhões de africanos e descendentes espalhados pelo mundo representam uma rede estratégica que pode aproximar o continente de novos mercados, investimentos, conhecimento e oportunidades. A diáspora,

na sua perspectiva, não deve ser vista apenas como público consumidor de produtos africanos, mas como parte activa da construção das indústrias criativas.

É nesta lógica que surge a visão para a Fancy Africa 2027: "ROOTS & ROUTES: Africa. Diaspora. The World."

O conceito procura explorar simultaneamente as raízes e os caminhos que ligam África ao resto do mundo. Uma identidade que não termina nas fronteiras geográficas do continente, mas que viaja, se transforma e con-

Ele imagina uma África onde jovens criativos não precisem de abandonar a sua identidade para conquistar reconhecimento internacional. Uma África onde designers possam competir globalmente, artesãos sejam valorizados, marcas africanas sejam proprietárias das suas narrativas e as indústrias criativas sejam reconhecidas como sectores capazes de gerar emprego, negócios e desenvolvimento.

O seu conceito de luxo, por isso, ultrapassa a roupa.

É uma questão de poder narrativo, propriedade, identidade e capacidade de



tinua a influenciar culturas.

O desafio seguinte será transformar essa visão numa estrutura cada vez mais internacional e sustentável.

Levi ambiciona consolidar a Fancy Africa como uma plataforma com presença em diferentes mercados e fortalecer as ligações entre África, a diáspora, o Brasil, Portugal e outras geografias estratégicas.

Ao mesmo tempo, pretende desenvolver a XIGUBO como uma marca de afro-luxo reconhecida pela qualidade, originalidade e profundidade cultural, enquanto o Fancy Lab deverá ganhar espaço como plataforma de formação de novos talentos.

No entanto, a maior ambição de King Levi Dapper não está necessariamente associada ao crescimento das suas próprias marcas.

Está na possibilidade de contribuir para uma mudança estrutural.

transformar cultura em valor sem perder a sua essência.

Ao completar dez anos de Fancy Africa, Levi Aurélio Maluvela olha para trás com orgulho, mas também com consciência de que a verdadeira dimensão do projecto ainda está por construir.

"Não quero apenas levar África ao mundo. É fazer com que o mundo reconheça que África sempre teve algo extraordinário para oferecer", afirma.

Essa talvez seja a ideia que melhor sintetiza a sua visão.

África não precisa de inventar uma identidade para entrar no mercado global. Precisa de reconhecer o valor daquela que já possui, profissionalizá-la, protegê-la e transformá-la em oportunidade.

E, para King Levi Dapper, o verdadeiro luxo começa precisamente aí: quando uma cultura deixa de ser apenas admirada e passa a definir o seu próprio lugar no mundo.

DENISE BAPTISTA BOTA:

Entre a Engenharia, a Beleza e a Fé

Aos 20 anos, Denise Baptista Bota está a construir um percurso que cruza a Engenharia Civil, o empreendedorismo na área da beleza e o desenvolvimento da comunicação e da liderança. Natural da cidade de Maputo, a jovem encontra-se no último semestre da sua formação em Engenharia Civil, realiza um estágio numa empresa de engenharia e construção e, em simultâneo, desenvolve dois projectos empresariais: a Divine Beauty Studio e a Divine Beauty Store. Em todas estas frentes, procura manter uma orientação que considera essencial: viver de acordo com a sua fé e os valores em que acredita.

talentos em algo com significado. Para além das funções que desempenha, valoriza o processo de desenvolvimento pessoal e a possibilidade de construir uma vida intencional, na qual as suas escolhas tenham um propósito que ultrapasse as expectativas externas.

“Led by the WORD, not the world” é a frase que sintetiza a sua filosofia de vida. Para Denise, ser guiada pela Palavra de Deus significa não permitir que as tendências, a pressão social ou as expectativas de terceiros determinem o rumo das suas decisões. Embora reconheça a importância de ouvir, aprender e adaptar-se, considera fundamental preservar os princípios que orientam a sua identidade. A fé



Cristã, criativa e ligada à família, Denise descreve-se como alguém em constante crescimento, interessada em aprender, experimentar novas possibilidades e descobrir como transformar os seus

funciona, assim, como uma bússola, ajudando-a não apenas a decidir onde quer chegar, mas também a definir quem pretende ser ao longo do caminho.

Na Engenharia Civil, área em que está prestes a concluir a formação, Denise tem procurado desenvolver uma postura assente na aprendizagem, na preparação e na consistência. Actualmente,

acompanha a realidade de uma obra através do estágio numa empresa de engenharia e construção, experiência que lhe permite aproximar os conhecimentos académicos das exigências

práticas da profissão. Consciente de que a Engenharia continua a ser um sector maioritariamente masculino, não identifica, até ao momento, uma experi-

ência concreta em que o facto de ser mulher tenha constituído uma barreira no seu percurso. Prefere concentrar-se na aquisição de competências e na qualidade do trabalho que realiza.



Para si, conquistar espaço profissional exige preparação, humildade para aprender, capacidade de posicionamento e responsabilidade perante as tarefas confiadas.

A formação em Engenharia tem influenciado também a forma como encara os negócios. Habituada a analisar problemas, estruturar soluções, planejar e acompanhar processos, Denise reconhece que essas competências são igualmente relevantes no empreendedorismo.

No entanto, a experiência empresarial ensinou-lhe que nem tudo acontece conforme o previsto e que a capacidade de adaptação é tão importante quanto o planeamento. Já a liderança trouxe-lhe uma compreensão complementar: trabalhar com pessoas exige comunicação, escuta e a consciência de que liderar não significa ter sempre todas as respostas.

O espírito empen-



dedor começou a manifestar-se muito antes da chegada à universidade. Aos nove anos, incentivada pelos pais, Denise experimentava pequenos

negócios, vendendo biscoitos e fichas na escola. Mais do que estimular a obtenção de rendimento, essas experiências procuravam transmitir-lhe a importância da iniciativa e da capacidade de desenvolver diferentes competências ao longo da vida.

Anos mais tarde, o interesse pela maquilhagem, pelos penteados e pelos cuidados pessoais abriu caminho a uma nova possibilidade. Com o apoio dos pais, frequentou uma formação em maquilhagem, na qual desenvolveu também conhecimentos ligados ao cabelo. Ainda assim, entre a vontade de começar e a decisão de avançar existiu um período de hesitação. Denise esperava sentir-se completamente preparada, até compreender que a experiência e a confiança também se constroem através da prática.

Foi assim que nasceu a Divine Beauty Studio, uma marca cuja essência se traduz na expressão "Beauty, elevated". A proposta não passa por transformar uma mulher noutra pessoa, mas por valorizar aquilo

que já existe, realçando a sua beleza e reforçando a confiança com que se apresenta ao mundo. Esta perspectiva revela uma

por perfumes era frequentemente notado por quem a rodeava, que lhe perguntava quais eram as fragrâncias que utilizava. Ao reflectir sobre os produtos que poderia comercializar dentro do universo da beleza, identificou nessa curiosidade uma oportunidade de negócio. Começou pelos perfumes e foi desenvolvendo a loja a partir dessa primeira aposta.

Actualmente, pretende que a Divine Beauty Store seja reconhecida não apenas pelos produtos que disponibiliza, mas também pela capacidade de ajudar cada cliente a encontrar opções que correspondam aos seus gostos, preferências e personalidade. A curadoria dos produtos e a atenção às características individuais dos consumidores fazem parte da visão que pretende consolidar para a marca.

Paralelamente à Engenharia e aos negócios, Denise dedica-se ao desenvolvimento das suas competências de comunicação através do Toastmasters, uma experiência que considera importante para a sua evolução pessoal e profissional. Foi nesse



abordagem que procura colocar a identidade individual no centro da experiência de beleza.

A Divine Beauty Store surgiu de forma igualmente espontânea. O gosto pessoal de Denise

contexto que aprofundou a compreensão de que comunicar não significa apenas falar com eloquência, mas também saber ouvir, organizar ideias, adaptar mensagens e estabelecer ligações com diferentes pessoas.



sua essência e construir relações profissionais as-sentes no respeito.

Às jovens que desejam construir uma carreira, em-preender e permanecer fiéis aos seus princípios, Denise aconselha que não espe-rem pelo momento em que se sintam totalmente preparadas. A própria ex-periência ensinou-lhe que algumas competências só se desenvolvem depois de dar o primeiro passo. Construir, aprender, errar e recomeçar fazem parte do processo, mesmo quando o crescimento acontece de forma gradual.

Aos 20 anos, o seu percurso permanece em construção, mas a liga-ção entre a Engenharia, a beleza, a comunicação e a fé revela uma jovem interessada em explorar diferentes possibilidades sem perder de vista aquilo em que acredita. Para Denise Baptista Bota, o objectivo não é corresponder a todas as expectativas, mas de-senvolver o seu potencial de forma coerente com os seus princípios.

A mensagem que dei-xa resume essa escolha: o mundo pode sugerir quem devemos ser, mas cabe a cada pessoa conhecer a sua identidade e decidir quais os valores que não está disposta a negociar. É nesse compromisso entre ambição, aprendizagem e fé que Denise procura construir o seu caminho, guiada pela Palavra e não pelas pressões do mundo.

Na sua perspectiva, uma boa ideia perde parte do seu potencial quando não con-segue ser transmitida com clareza. A comunicação é, por isso, uma ferramenta in-dispensável à liderança e ao empreendedorismo, seja numa apresentação pública, numa reunião de trabalho, numa con-versa com um cliente ou na gestão de uma equipa. Saber comunicar permite transformar intenções em mensagens com-preensíveis e criar condições para que outras pessoas se identifiquem com uma visão.

Conciliar tantas respon-sabilidades continua a ser um processo de aprendizagem. Entre o último semestre da faculdade, o estágio, a gestão dos dois negócios e as activi-dades no Toastmasters, Denise reconhece que o equilíbrio não significa dedicar exactamente o mesmo tempo a todas as áreas. Significa, antes, com-preender as prioridades de cada momento e tomar deci-sões conscientes sobre onde investir a sua energia.

Nesse processo, apren-deu também a importância de dizer não. Nem todas as oportunidades precisam de ser aceites, sobretudo quando não correspondem à fase de

vida ou aos objectivos que pretende alcançar. Para uma jovem que procura crescer em diferentes áreas, a capa-cidade de escolher tornou-se tão importante quanto a disposição para trabalhar e aprender.

Quando reflecte sobre os desafios enfrentados pelas mulheres no mundo profissional e empresarial, Denise destaca o conheci-mento do próprio valor, a competência, a disciplina, a capacidade de adaptação e o posicionamento. Acredita que estudar e desenvolver competências são passos fundamentais para conqui-star confiança e reconheci-mento, mas sublinha que o crescimento não deve exigir o abandono da identidade pessoal.

“Não precisamos de deixar de ser gentis para sermos firmes, nem de abandonar os nossos va-lores para sermos levadas a sério”, defende. A sua visão rejeita a ideia de que o su-cesso profissional obriga a escolher entre autenticidade e competência. Pelo con-trário, considera que uma mulher pode afirmar-se com firmeza, preservar a

