



ALINE PINTO

PARA ALÉM DO ÓBVIO:

A estratégia que transforma negócios

ADRIANA CARVALHO:

CHIC & BELLA BEAUTY SPA

— Beleza, propósito e a coragem de recomeçar

Aos 56 anos, Adriana Carvalho representa uma história de fé, determinação e capacidade de reinvenção. Natural do Rio de Janeiro, Brasil, a empreendedora construiu, a partir da sua paixão pela estética e pelo bem-estar, um projecto que atravessou diferentes fases, enfrentou as dificuldades da pandemia e encontrou novas formas de continuar a crescer. Fundadora da Chic & Bella Beauty Spa, acredita que cuidar da beleza vai muito além da aparência: é também contribuir para a autoestima, a confiança e o bem-estar de cada mulher.

Mulher de fé, sonhadora e dedicada à família, Adriana considera que a sua identidade pessoal está profundamente ligada à forma como exerce a sua profissão. Para si, cuidar de pessoas significa ouvir, compreender e respeitar as necessidades de cada uma. Foi dessa convicção que nasceu, em 2017, a Chic & Bella Beauty Spa, criada com o propósito de proporcionar uma experiência diferenciada, na qual os cuidados estéticos se associassem ao acolhimento, à qualidade e ao profissionalismo.

Desde o início, a sua visão foi construir um espaço onde cada cliente pudesse encontrar mais do que um tratamento. Adriana pretendia oferecer um momento de pausa na rotina, permitindo que as mulheres reservassem tempo para si próprias, num ambiente de confiança e tranquilidade.



Acredita que todas merecem sentir-se bonitas, valorizadas e respeitadas, independentemente da idade ou da fase da vida que atravessam.

O crescimento da Chic & Bella confirmou a importância dessa visão. Com trabalho e dedicação, o negócio chegou a contar com uma equipa de



25 colaboradores, representando uma conquista significativa na trajetória da empreendedora. Contudo, a chegada da pandemia da COVID-19 alterou profundamente a realidade do sector da beleza e do bem-estar. As restrições, a redução dos atendimentos e as dificuldades financeiras obrigaram Adriana a tomar uma das decisões mais difíceis da sua vida profissional: encerrar o espaço físico que havia construído desde 2017.

A redução da equipa para apenas quatro colaboradores não foi suficiente para garantir a sustentabilidade do negócio perante as limitações impostas pela pandemia. Perante a necessidade de proteger o sustento da família e encontrar uma alternativa profissional, Adriana viu-se diante de um desafio que exigia coragem, criatividade e capacidade de adaptação.

Foi nesse contexto que surgiu uma nova oportunidade. A filha passou a viver num condomínio com mais de 650 apartamentos, na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. Adriana fazia parte do grupo de comunicação das moradoras quando começaram a surgir pedidos de recomendações de profissionais que realizassem serviços como limpeza de pele, massagens, drenagem linfática, design de sobrancelhas e depilação com cera.



Ao reconhecer a oportunidade, decidiu apresentar

os seus serviços. Preparou uma mensagem, criou um material de divulgação e publicou a proposta no grupo, convidando as interessadas a contactá-la directamente. A resposta foi imediata: em poucos minutos, a sua agenda começou a encher.

A partir desse momento, a Chic & Bella encontrou uma nova forma de existir. Em vez de receber as clientes num estabelecimento próprio, Adriana passou a deslocar-se até elas, transportando os materiais necessários e adaptando os espaços disponíveis para proporcionar os seus tratamentos. Num condomínio que dispunha de uma sala de massagens, conseguiu transformar cada atendimento numa experiência de cuidado e profissionalismo.

Durante dois anos, trabalhou no Condomínio Residen-



cial Soho, na Barra da Tijuca, alargando gradualmente a sua presença a condomínios vizinhos. A procura cresceu ao ponto de, em determinadas alturas, não conseguir responder a todos os pedidos. Mais do que recuperar a actividade profissional, Adriana percebeu que havia preservado aquilo que considerava mais importante: a confiança das clientes e a qualidade do serviço.

«Aprendi que recomeçar não é fracassar. É ter coragem de acreditar novamente», é a mensagem que resume a forma como encara essa fase da sua vida. A pandemia obrigou-a a abandonar um modelo de negócio, mas também a descobrir novas possibilidades. Foi nesse processo que passou a compreender o empreendedorismo não apenas como a gestão de uma empresa, mas como a capacidade de continuar a criar soluções mesmo quando as circunstâncias parecem desfavoráveis.

O atendimento humanizado tornou-se um dos elementos centrais da sua identidade profissional. Adriana procura compreender a história, as expectativas e as necessidades de cada cliente, evitando uma abordagem pa-

dronizada. Para si, cada mulher merece um acompanhamento individualizado, assente na ética, no respeito e na confiança.

«Na Chic & Bella, não cuidamos apenas da beleza. Cuidamos de pessoas», afirma, sintetizando a filosofia que orienta o seu trabalho. A proximidade dos atendimentos a domicílio reforçou essa convicção, permitindo-lhe criar relações mais próximas com as clientes e proporcionar momentos de relaxamento num contexto familiar.

Entre os serviços disponibilizados pela Chic & Bella Beauty Spa encontram-se a limpeza de pele, a massagem relaxante, a drenagem linfática, o design de sobrancelhas, a depilação com cera e a hidratação facial. A empreendedora destaca a importância de respeitar as características e necessidades de cada pessoa, defendendo que os cuidados estéticos devem ser realizados de forma responsável e adequada.

Na sua perspectiva, um dos erros mais frequentes é procurar resultados imediatos sem manter uma rotina de cuidados. A protecção solar, a hidratação e a escolha de produtos adequados ao tipo de pele são práticas que considera fundamentais para preservar a saúde cutânea. Alerta ainda para a necessidade de evitar tendências divulgadas nas redes sociais sem orientação profissional, uma vez que cada pele apresenta características próprias.



Para Adriana, o autocuidado também possui uma dimensão emocional. Muitas mulheres passam grande parte do tempo dedicadas à família, aos filhos e ao trabalho, deixando as próprias necessidades para segundo plano. Nesse contexto, reservar um momento para cuidar de si pode representar uma forma de recuperar a confiança e reconhecer o próprio valor. A estética, na sua visão, não deve impor padrões de beleza, mas ajudar cada mulher a sentir-se bem consigo mesma.

Depois de consolidar a sua experiência no Brasil, surgiu a oportunidade de se mudar para os Estados Unidos, abrindo um novo capítulo na sua trajetória. A mudança representou mais um recomeço, desta vez num país diferente, com novos desafios e oportunidades. Adriana levou consigo os conhecimentos adquiridos, a experiência acumulada e o propósito que sustenta a Chic & Bella desde a

sua fundação.

Atualmente, continua a realizar atendimentos a domicílio nos Estados Unidos, mantendo os princípios de qualidade, profissionalismo e atenção personalizada que caracterizam a marca. Paralelamente, aguarda o momento que considera adequado para voltar a abrir um espaço físico, dando continuidade ao projecto numa nova realidade.

O seu objectivo é consolidar a Chic & Bella Beauty Spa como uma referência em estética personalizada e bem-estar feminino, investindo no aperfeiçoamento dos serviços, em novas tecnologias e em parcerias com profissionais qualificados. Pretende igualmente partilhar a sua experiência e inspirar outras mulheres a acreditarem nos seus projectos, mesmo quando o caminho exige mudanças

inesperadas.

Às mulheres que desejam empreender na área da beleza, Adriana aconselha a investir na formação, conhecer o público, organizar as finanças e construir uma identidade própria. Considera que nem todos os negócios começam nas condições ideais e que a capacidade de adaptação pode ser decisiva para a continuidade de um projecto. A sua experiência demonstra-lhe que o encerramento de um estabelecimento não precisa de significar o fim de uma marca, desde que exista vontade de encontrar novos caminhos.

A fé em Deus, o apoio da família e a determinação em continuar a trabalhar foram elementos importantes durante os períodos mais difíceis. Hoje, Adriana olha para o futuro com esperança, consciente de que a sua história profissional ainda tem capítulos por escrever. O desejo de reabrir a Chic & Bella Beauty Spa nos Estados Unidos

representa não apenas uma meta empresarial, mas também a oportunidade de dar uma nova dimensão a um sonho iniciado no Brasil.

A sua trajetória recorda que o empreendedorismo é feito de conquistas, perdas, decisões difíceis e recomeços. Por detrás de cada fase da Chic & Bella existe uma mulher que aprendeu a adaptar-se sem abandonar os seus princípios e que continua a acreditar no valor do trabalho, da fé e das relações humanas.

Aos 56 anos, Adriana Carvalho continua a construir o futuro da Chic & Bella Beauty Spa com a mesma convicção que a levou a criar o negócio em 2017. A sua história mostra que um projecto pode mudar de lugar e de formato sem perder a essência. Porque, quando existe propósito, a capacidade de recomeçar transforma as dificuldades em novas oportunidades e mantém vivo o sonho de cuidar de outras mulheres através da beleza, do acolhimento e da confiança.



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.

DRA. NÁDIA COSTA

SAÚDE FEMININA: Cuidar com segurança, ciência e carinho

A saúde feminina exige conhecimento científico, acompanhamento adequado e uma atenção particular às experiências de cada mulher. Da adolescência à menopausa, passando pela gravidez, pelo parto e pelo pós-parto, cada etapa apresenta necessidades específicas que merecem ser compreendidas e acompanhadas com responsabilidade. Para a Dra. Nádia Solange Lourenço da Costa, médica ginecologista e obstetra angolana, cuidar da saúde da mulher significa também promover dignidade, autonomia e qualidade de vida.

Aos 34 anos, natural de Luanda, Nádia Costa constrói a sua identidade a partir de diferentes dimensões da vida. Mãe, esposa, dona de casa e mulher de fé, considera que os valores da escuta, da empatia e do respeito influenciam directamente a forma como exerce a medicina. A sua ligação ao trabalho social nasce da convicção de que cuidar não se resume a diagnosticar doenças ou prescrever tratamentos. É, acima de tudo, estar presente, compreender as dificuldades de quem procura ajuda e oferecer respostas sem julgamentos.

A escolha da Ginecologia e Obstetrícia está profundamente ligada às experiências que marcaram a sua adolescência. Nesse período, teve contacto com realidades de vulnerabilidade social relacionadas com a saúde feminina, num contexto em que a falta de educação sexual, os tabus e o silêncio em torno de determinadas doenças dificultavam o acesso à informação e aos cuidados necessários. Essas experiências despertaram-lhe a consciência sobre a importância de falar abertamente da saúde da mulher e contribuíram para a construção da médica que desejava ser.

Ao longo da formação, o contacto com pacientes em diferentes circunstâncias confirmou a sua vocação. Das consultas de rotina aos momentos que antecedem o nascimento de uma criança, compreendeu a responsabilidade de acompanhar mulheres em fases decisivas das suas vidas. Para si, uma informação transmitida com clareza, um diagnóstico realizado atempadamente

ou uma consulta em que a paciente se sente verdadeiramente ouvida podem fazer uma diferença significativa.

É nesta perspectiva que apresenta o princípio que orienta a sua prática: «Cuidando de si em todas as fases, com segurança e carinho». A frase traduz uma visão de medicina em que o rigor clínico

não exclui a proximidade humana. Pelo contrário, considera que ambos são indispensáveis para que a mulher compreenda a sua condição, participe nas decisões sobre a própria saúde e saia da consulta mais informada e confiante.

Na sua prática, procura basear as decisões na evidência científica, explicando

os procedimentos e as opções disponíveis numa linguagem acessível. Acredita que nenhuma mulher deve sentir vergonha de colocar perguntas ou receio de falar sobre sintomas que afectam o seu corpo. O acompanhamento ginecológico deve ser um espaço de confiança, onde as dúvidas possam ser esclarecidas e as preocupações tratadas com seriedade.





Apesar dos avanços na informação sobre saúde, persistem obstáculos que afastam muitas mulheres dos cuidados ginecológicos. A falta de informação, as dificuldades económicas e geográficas, o pudor, o medo e a sobrecarga de responsabilidades familiares e profissionais continuam a condicionar a procura de assistência. Em determinadas situações, a mulher adia a consulta até ao aparecimento de sintomas mais graves, perdendo oportunidades de prevenção e diagnóstico precoce.

Para a Dra. Nádia Costa, a prevenção deve ocupar um lugar central na promoção da saúde feminina. As consultas regulares, os rastreios recomendados e a educação para a saúde permitem identificar possíveis problemas e actuar antes que evoluam para situações mais complexas. É também esta preocupação que está na origem do projecto social Santu Muhatu, expressão que significa saúde da mulher.

O projecto desenvolve actividades quinzenais em comunidades vulneráveis, proporcionando atendimentos gratuitos a mulheres e

crianças. A iniciativa procura aproximar os cuidados de saúde de pessoas que enfrentam barreiras no acesso aos serviços, levando assistência e informação a contextos onde as necessidades podem permanecer invisíveis. Mais do que responder a problemas imediatos, o trabalho pretende incentivar uma cultura de prevenção, esclarecimento e atenção permanente ao bem-estar feminino.

A gravidez constitui outra dimensão fundamental da sua actividade. O acompanhamento pré-natal permite vigiar a evolução da gestação, identificar precocemente possíveis complicações e tomar decisões que protejam a saúde da mãe e do bebé. Consultas regulares, exames, ecografias nos períodos recomendados, vacinação adequada, alimentação equilibrada e suplementação indicada fazem parte dos cuidados que devem ser ajustados às necessidades de cada grávida. A médica

destaca igualmente a importância do bem-estar emocional, reconhecendo que o apoio familiar e a tranquilidade durante a gestação contribuem para uma experiência mais segura.

A preparação para o parto começa, na sua perspectiva, muito antes do nascimento. A construção de uma relação de confiança permite conversar sobre expectativas, receios e opções disponíveis, criando condições para que a mulher se sinta acompanhada e compreenda as decisões tomadas durante o processo. Cada parto tem características próprias e exige atenção individualizada, comunicação clara e capacidade de agir sempre que a segurança da mãe ou do bebé o determine.

Contudo, o cuidado não termina com o nascimento. A médica chama a atenção para o pós-parto, uma fase em que a mulher enfrenta alterações físicas, hormonais e emocionais e que, muitas vezes, recebe menos atenção do que as necessidades do recém-nascido. Enquanto familiares e amigos concentram os cuidados no bebé, a mãe pode ficar sem o apoio de que necessita para recuperar e adaptar-se à nova realidade.

Embora o cansaço e algumas oscilações de humor possam ocorrer neste período, sintomas como tristeza persistente, ansiedade intensa, febre, hemorragia excessiva ou dor invulgar exigem avaliação adequada. A consulta de revisão pós-parto e o apoio da família são importantes para acompanhar a recuperação. Para Nádia Costa, pedir ajuda não deve ser interpretado como sinal de fraqueza, mas como uma atitude responsável de quem reconhece que também precisa de cuidados.

A educação para a saúde é outro eixo que considera essencial.





nopausa estão entre os temas que considera prioritários. Na sua visão, a educação para a saúde deve envolver toda a sociedade, porque a informação correcta é uma ferramenta essencial para decisões conscientes.

Olhando para o futuro, a Dra. Nádia Costa pretende continuar a desenvolver as suas competências profissionais, ampliar o alcance das acções de educação para a saúde e contribuir para um modelo de assistência cada vez mais humanizado. Deseja que mais mulheres procurem cuidados regularmente, reconheçam a importância do próprio bem-estar e vivam a maternidade com informação, apoio e confiança, sem negligenciarem as suas necessidades.

A sua mensagem dirige-se especialmente às mulheres que adiam consultas, ignoram sintomas ou colocam a própria saúde no fim da lista de prioridades. O corpo dá sinais que merecem atenção, e procurar ajuda pode ser o primeiro passo para prevenir complicações e recuperar a tranquilidade. Através da medicina, da educação e do trabalho comunitário desenvolvido pelo Santu Muhatu, Nádia Costa procura transformar essa mensagem numa prática concreta, aproximando os cuidados de quem mais precisa.

Para a Dra. Nádia Costa, cuidar da saúde feminina é reconhecer que cada mulher merece ser ouvida, informada e acompanhada com competência e humanidade. Entre a ciência que orienta as suas decisões e o compromisso social que inspira a sua missão, a médica defende uma visão de saúde em que a prevenção, a dignidade e o carinho caminham lado a lado, porque cuidar da mulher é também contribuir para famílias mais informadas e comunidades mais saudáveis.

Entre as ideias que procura combater estão a crença de que só é necessário consultar um ginecologista quando existem queixas, o receio de que os métodos contraceptivos prejudiquem necessariamente a fertilidade futura e a normalização de dores menstruais intensas. A desinformação nas redes sociais também representa uma preocupação, sobretudo quando substitui a orientação profissional por conteúdos sem fundamento científico.

É por isso que participa em palestras e iniciativas de sensibilização. Estes espaços permitem-lhe chegar a mais pessoas, esclarecer dúvidas e abordar assuntos que, por vergonha ou falta de oportunidade, nem sempre são discutidos nas consultas. Saúde na adolescência, prevenção, rastreios, gravidez, pós-parto, saúde mental materna e me-



MARIA MULEIA

— AIRAM: A elegância como identidade e a moda como projecto de vida



A moda pode começar como uma paixão pessoal, mas transformar-se numa oportunidade de negócio quando existe visão, de-

terminação e capacidade de reconhecer aquilo que o mercado procura. É nesse percurso que se enquadra a história de Maria Muleia, conhecida no universo da moda

como Airam, empreendedora moçambicana que, desde 2017, tem vindo a construir uma marca orientada para a elegância, a qualidade e a sofisticação feminina.

O seu interesse pelo empreendedorismo surgiu cedo. Aos 18 anos, começou a trabalhar e já alimentava o desejo de criar o próprio negócio no ramo

da moda. A ideia de comercializar roupas fazia parte dos seus planos, embora a concretização dependesse da disponibilidade de capital para dar os primeiros passos. Com o tempo, a ambição transformou-se num objectivo concreto, levando-a a criar a Airam Ladies Fashion.

A marca iniciou a sua actividade com a venda de roupas de fardo, seguindo-se a comercialização de peças importadas da China. Esta fase permitiu-lhe adquirir experiência, compreender melhor as preferências das clientes e desenvolver uma percepção mais clara sobre o posicionamento que desejava alcançar. À medida que o negócio evoluía, Maria começou a reconhecer que a sua

relação com a moda ultrapassava a simples comercialização de vestuário.

A paixão pessoal por peças requintadas e de qualidade superior tornou-se uma referência para as suas escolhas comerciais. Os elogios que recebia pela forma como se vestia levaram-na a reflectir sobre a possibilidade de transformar o seu gosto numa característica distintiva da marca. Começou, então, a pesquisar, a conhecer melhor o mercado e a seleccionar artigos que correspondessem à sua visão de elegância.

Essa mudança representou uma etapa importante na evolução da Airam Ladies Fashion. O negócio começou a afastar-se de uma oferta centrada sobretudo na acessibilidade dos preços para apostar progressivamente





em peças diferenciadas, com maior atenção aos tecidos, aos acabamentos, ao corte e ao caimento. O objectivo passou a ser proporcionar às clientes uma experiência de moda assente na qualidade e na distinção.

Para Maria Muleia, a moda clássica representa muito mais do que uma preferência estética. É uma forma de expressar identidade, personalidade e confiança sem depender exclusivamente de tendências passageiras. Acredita que uma peça bem escolhida pode destacar-se pela sua elegância, sem necessidade de exageros, e transmitir uma imagem cuidada em diferentes contextos.

A Airam Ladies Fashion procura, por isso, chegar a mulheres com diferentes profissões, idades e percursos, unidas pela valorização da qualidade e do bom gosto. Podem ser empresárias, executivas ou mulheres que simplesmente desejam sentir-se bem com a própria imagem. Na perspectiva da empreendedora, a sofisticação não deve estar limitada a um determinado estatuto social, mas resultar da relação que cada mulher estabelece com o seu estilo.

Um dos desafios mais exigentes da sua trajectória foi conquistar a confiança das clientes durante a mudança de posicionamento da marca. Habitadas inicialmente a preços mais acessíveis, algumas precisaram de compreender as razões da nova proposta comercial. A introdução de peças mais requintadas implicava demonstrar que o valor de um artigo não se resume ao preço, mas inclui a qualidade, a selecção e a experiência associadas à compra.

Maria reconhece que re-posicionar uma marca exige paciência, consistência e capacidade de comunicar as razões

por detrás das escolhas. Não bastava disponibilizar produtos diferentes; era necessário construir uma relação de confiança e mostrar às clientes aquilo que distinguia a Airam Ladies Fashion das restantes opções do mercado. O processo exigiu firmeza na sua visão e disposição para continuar a aperfeiçoar a oferta.

A selecção das peças constitui, actualmente, um dos elementos centrais da sua estratégia. A empreendedora dedica atenção à qualidade dos materiais, aos acabamentos, ao corte e à forma como cada artigo valoriza a silhueta, sem descuidar o conforto. A pesquisa de fornecedores e a procura de modelos diferenciados fazem parte desse trabalho, que procura assegurar coerência entre os produtos comercializados e a identidade que pretende consolidar.

Num mercado em constante transformação, acompanhar as tendências também exige discernimento. Para Maria, não se trata de seguir todas as novidades, mas de identificar aquelas que podem enriquecer a oferta sem comprometer a essência da marca. A inspiração pode vir das tendências, mas a qualidade, a elegância e a distinção continuam a orientar as suas decisões.

A confiança construída junto das clientes tem sido igualmente importante para a continuidade do negócio. Maria considera que muitas regressam porque reconhecem o seu gosto pessoal e confiam na sua capacidade de seleccionar peças que correspondam às suas expectativas. As redes sociais contribuem para divulgar as colecções e manter o contacto com o público, mas a fidelização depende, sobretudo, da consistência da experiência oferecida.

Para a empreendedora, vestir-se bem também pode influenciar a forma como uma mulher se sente e se apresenta perante o mundo. Uma peça que corresponde à sua personalidade e com a qual se identifica pode reforçar a confiança e ajudar a expressar a imagem que deseja transmitir. Ainda assim, defende que a roupa não determina o valor de uma pessoa: deve servir como instrumento de expressão individual, e não como imposição de padrões de beleza ou estatuto.

É com esta visão que Maria prepara uma nova etapa da sua trajectória, através da The Signature Collection. O projecto representa uma expressão mais requintada da identidade que tem vindo a desenvolver, com uma aposta em peças cuidadosamente seleccionadas,

cortes elegantes e qualidade superior. A iniciativa reflecte a sua ambição de aprofundar o posicionamento da Airam Ladies Fashion e oferecer novas propostas às mulheres que valorizam a moda clássica.

Entre os seus objectivos estão também a procura de novos fornecedores, a exploração de oportunidades internacionais e o fortalecimento da presença digital da marca.

à valorização pessoal e à confiança nas próprias escolhas. Incentiva-as a descobrirem o seu estilo, a investirem naquilo que as representa e a não sentirem necessidade de seguir todas as tendências para serem elegantes. Na sua perspectiva, conhecer o próprio gosto e reconhecer o próprio valor são passos fundamentais para construir uma identidade autêntica.

A história de Maria Muleia

Da venda de roupas de fardo à aposta em peças de maior requinte, a Airam Ladies Fashion tem acompanhado a transformação de uma empreendedora que procura converter a sua paixão pela moda numa marca com identidade própria.

Com a The Signature Collection no horizonte, Maria Muleia prepara-se para elevar a sua proposta de moda, mantendo a elegância, a qualidade e a sofis-



Maria pretende ampliar o alcance do negócio, chegar a mais clientes e construir uma estrutura cada vez mais sólida, sem perder a ligação às origens do projecto, criado em 2017.

A sua mensagem para outras mulheres é um convite

demonstra que a evolução de um negócio exige mais do que uma boa ideia inicial. Requer capacidade de adaptação, conhecimento do mercado, disciplina e coragem para defender uma visão, mesmo quando as mudanças implicam conquistar novamente a confiança do público.

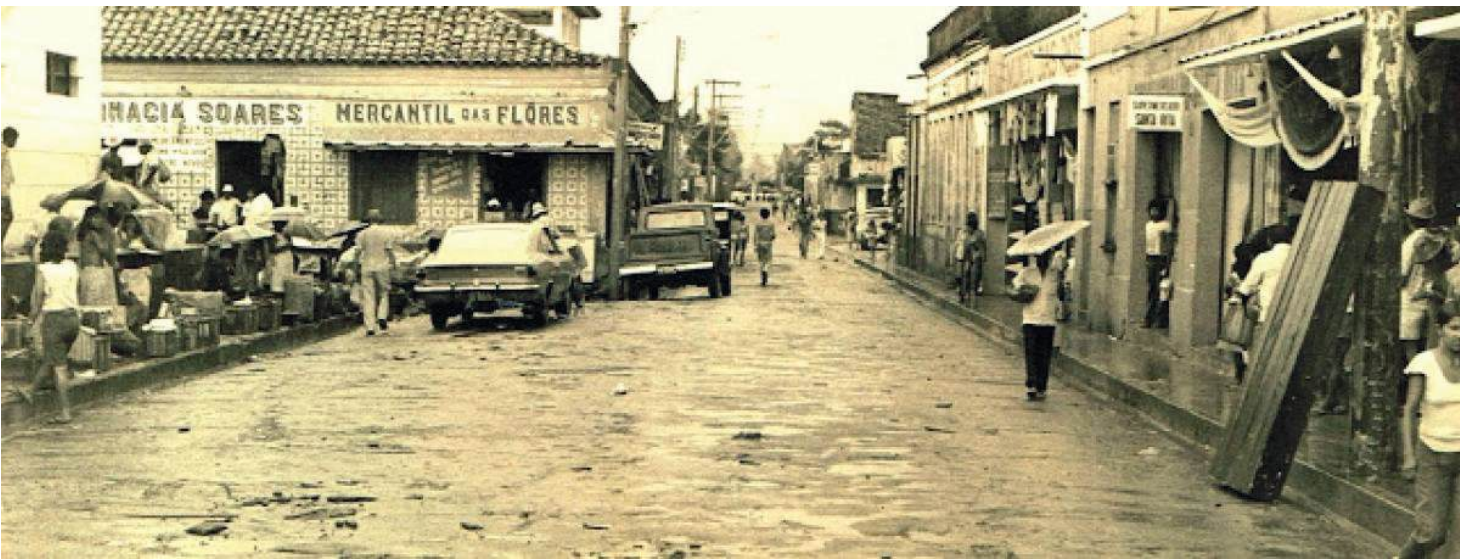
ticação como pilares da Airam Ladies Fashion. A sua trajectória recorda que construir uma marca é também construir uma identidade: um processo em que a visão abre caminho, a persistência sustenta o crescimento e a distinção nasce da coragem de fazer escolhas próprias.

DIA DAS NAÇÕES UNIDAS:

Data reforça a importância da paz, da cooperação internacional e dos direitos humanos

A efeméride é assinalada anualmente a 24 de Outubro e recorda a entrada em vigor da Carta das Nações Unidas, em 1945, documento que marcou a fundação oficial da Organização das Nações Unidas (ONU).

Celebra-se, este sábado, o Dia das Nações Unidas, uma data internacional que assinala a entrada em vigor da Carta das Nações Unidas, a 24 de Outubro de 1945, marco que estabeleceu oficialmente a Organização das Nações Unidas (ONU).



diálogo internacional e na mobilização de esforços para responder a desafios que ultrapassam as fronteiras nacionais.

Entre as suas principais áreas de actuação destacam-se a manutenção da paz e da segurança internacionais, a defesa dos direitos humanos, a promoção do desenvolvimento sustentável e a prestação de assistência humanitária às populações afectadas por conflitos e catástrofes.

A organização constitui igualmente uma plataforma de diálogo entre os Estados, permitindo que os seus representantes discutam questões políticas, económicas, sociais e ambientais de interesse comum.

IMPORTÂNCIA DA EFEMÉRIDE

O Dia das Nações Unidas representa uma oportunidade para renovar o compromisso com os princípios consagrados na Carta da organização e reflectir sobre a importância da solidariedade e da cooperação entre os povos.

A data também chama a atenção para a necessidade de encontrar soluções conjuntas para os desafios globais, num contexto em que os conflitos armados, a pobreza, as desigualdades e as crises humanitárias continuam a exigir respostas coordenadas.

A celebração de 24 de Outubro recorda, assim, que a construção de um mundo mais pacífico e justo depende do respeito pelo direito internacional, da cooperação entre os países e da defesa da dignidade humana.

A efeméride recorda o compromisso assumido pelos países fundadores para promover a paz, reforçar a cooperação entre as nações e criar mecanismos internacionais capazes de prevenir novos conflitos de grandes proporções.

De acordo com informações disponíveis no portal oficial das Nações Unidas, a Carta é o documento fundador da organização e estabelece os princípios que orientam a sua

actuação nas relações internacionais.

FUNDAÇÃO DA ONU

A criação das Nações Unidas surgiu no contexto do fim da Segunda Guerra Mundial, período marcado por destruição, perdas humanas e profundas consequências económicas e sociais em várias partes do mundo.

Em 1945, representantes de 50 países reuniram-se em

São Francisco, nos Estados Unidos da América, para elaborar a Carta das Nações Unidas. O documento foi assinado a 26 de Junho daquele ano e entrou em vigor quatro meses depois, a 24 de Outubro, após a ratificação necessária pelos países signatários.

A entrada em vigor da Carta marcou o nascimento oficial da organização, concebida para promover a paz e a segurança internacionais, incentivar rela-

ções de amizade entre os povos e estimular a cooperação na resolução de problemas comuns.

PAZ, DESENVOLVIMENTO E DIREITOS HUMANOS

Ao longo da sua existência, a ONU tem desempenhado um papel central na promoção do

ALINE PINTO

PARA ALÉM DO ÓBVIO: A estratégia que transforma negócios

Aline de Lourdes Gonçalves Pinto da Silva, conhecida profissionalmente como Aline Pinto, tem 35 anos e nasceu em Luan-da, Angola, mas foi no Namibe que cresceu e construiu grande parte das suas referências pessoais. Considera-se namibense de coração, uma ligação que reflecte a importância das origens na formação da sua identidade. Hoje, o seu percurso profissional é marcado pela capacidade de analisar problemas, compreender comportamentos e identificar oportunidades de transformação nas organizações.

Antes de se afirmar na consultoria empresarial, Aline já demonstrava uma curiosidade particular pela forma como as coisas se relacionam. Na infância, encontrava nos puzzles um exercício de observação e descoberta: procurava perceber como peças aparentemente desconexas poderiam formar uma imagem completa. Anos mais tarde, reconhece nessa brincadeira uma ligação à sua abordagem profissional, assente na compreensão dos sistemas, das relações e dos factores que influenciam os resultados.

Começou a trabalhar aos 18 anos, numa multinacional, e construiu uma trajectória que passou pelos Recursos Humanos, pela gestão financeira, pela área comercial, pela liderança e pela gestão de equipas. Essa experiência transversal permitiu-lhe conhecer diferentes dimensões das organizações e compreender que os resultados raramente dependem de um único departamento ou profissional. As decisões, os processos, a liderança e os comportamentos estão interligados e influenciam o desempenho global.





Um dos momentos mais marcantes do seu percurso foi o despedimento do primeiro emprego, uma experiência que a levou a questionar as próprias capacidades e a procurar validação externa. Com o tempo, porém, transformou essa dificuldade numa

oportunidade de reflexão sobre o comportamento humano e a forma como cada pessoa interpreta os acontecimentos. Percebeu que o crescimento exige não apenas competência técnica, mas também consciência, maturidade e capacidade de assumir respon-

sabilidade pelas próprias decisões.

Foi a partir da experiência acumulada que começou a identificar padrões recorrentes nas empresas: dificuldades de comunicação, conflitos internos, problemas de liderança, baixa produtividade e resultados comerciais abaixo das expectativas.

Em vez de analisar cada situação isoladamente, passou a investigar as ligações entre os diferentes factores. Muitas vezes, concluiu, o problema visível é apenas uma parte de uma realidade mais complexa.

Esta perspectiva está na base do Método 3A da Alta Per-

formance, desenvolvido por Aline e estruturado em três pilares: Autorresponsabilidade, Autoconsciência e Análise Comportamental. A metodologia procura ajudar profissionais a reconhecer a sua influência nos resultados, identificar padrões que condicionam as suas decisões e compreender a forma como comunicam e se relacionam com os outros. A premissa é que o desenvolvimento sustentável começa quando o conhecimento técnico é acompanhado por uma maior consciência individual.

A mesma visão orienta o DNA Comercial, uma abordagem que integra a sua experiência na área das vendas com a especialização em análise comportamental DISC. Para Aline, duas pessoas podem dominar as mesmas técnicas comerciais e alcançar resultados diferentes porque a comunicação, a interpretação das necessidades do cliente e a forma de lidar com objecções e rejeições também influenciam o desempenho. Por isso, defende uma venda mais consultiva, baseada na escuta, no diagnóstico e na construção de relações de confiança.

A utilização do DISC, neste contexto, permite compreender tendências comportamentais e adaptar a comunicação a diferentes perfis, tanto na liderança como nas vendas e na gestão de conflitos. Aline, contudo, alerta para a importância de não transformar esta ferramenta num mecanismo de rotulagem ou numa justificação para comportamentos inadequados. Conhecer as diferenças individuais deve contribuir para melhorar as relações profissionais, não para limitar o potencial de cada pessoa.

No diagnóstico das organizações, a consultora procura perceber como funcionam os processos, quais os indicadores acompanhados, de que forma são definidos os objectivos e como a liderança acompanha as equipas. Um desempenho comercial insatisfatório, por exemplo, não significa necessariamente que os vendedores sejam incompetentes. Pode resultar de processos pouco claros, prioridades mal definidas, ausência de acompanhamento ou desalinhamento entre as exigências da empresa e os recursos disponibilizados.

Aline também questiona práticas que se tornaram comuns no mundo empresarial, como promover profissionais tecnicamente competentes para posições de liderança sem desenvolver as competências necessárias para gerir pessoas. Critica ainda a centralização excessiva das decisões, as reuniões improdutivas, a falta de indicadores claros e os ambientes em que o respeito pela hierarquia é confundido com a ausência de pensamento crítico. Na sua perspectiva, quando uma organização deixa de questionar as próprias práticas, corre o risco de transformar a ineficiência numa parte normal da sua cultura.



É neste contexto que surge o projecto Para Além do Óbvio, uma iniciativa que traduz a sua forma de observar os desafios empresariais. A proposta é estimular o questionamento, aprofundar a análise e procurar as causas dos problemas, em vez de agir apenas sobre os seus sintomas. Tal como num puzzle, ter todas as peças não garante que a imagem esteja completa. É necessário compreender como se relacionam, identificar desalinhamentos e perceber o que impede o conjunto de funcionar como deveria.

Outro dos desafios que considera fundamentais é a coerên-

cia entre os valores anunciados por uma empresa e as práticas que efectivamente adopta. Uma organização não pode defender a autonomia enquanto mantém uma liderança excessivamente controladora, nem promover a inovação num ambiente em que o erro é sistematicamente penalizado. Para Aline, a transformação cultural deve começar pela liderança, através de decisões consistentes, comunicação transparente, envolvimento das equipas e responsabilização partilhada.

O seu objectivo é contribuir para organizações que não

dependam permanentemente de consultores para resolver os seus problemas, mas que desenvolvam capacidade interna para analisar, decidir e melhorar. A consultoria, na sua visão, deve ir além da apresentação de diagnósticos e recomendações, acompanhando a implementação de soluções e promovendo a autonomia dos profissionais e das empresas.

Através do Método 3A da Alta Performance, do DNA Comercial e do Para Além do Óbvio, Aline pretende continuar a influenciar a forma como as pessoas pensam, lideram, vendem e tomam decisões. A ambição é contribuir para a formação de líderes mais conscientes, equipas mais responsáveis e organizações capazes de conciliar eficiência, desenvolvimento humano e sustentabilidade dos resultados.

A sua trajectória revela uma profissional que procura compreender o que existe para além das evidências imediatas. Da menina que montava puzzles à consultora que analisa sistemas empresariais, permanece a mesma curiosidade: descobrir as ligações que nem sempre são visíveis e perceber como cada elemento influencia o resultado final.

Para Aline Pinto, a alta performance não se resume ao cumprimento de metas ou à obtenção de resultados extraordinários. Implica compreender os factores que os tornam possíveis e desenvolver a capacidade de os alcançar de forma consciente, consistente e sustentável. Porque, muitas vezes, a transformação de um negócio começa quando alguém tem a coragem de olhar para além do óbvio.



CARLA SOUZA:

O Direito como caminho para a autonomia, a segurança e a transformação humana

A construção de uma vida num novo país envolve muito mais do que atravessar fronteiras. Exige preparação, capacidade de adaptação e decisões que podem determinar o futuro pessoal, familiar e profissional de quem parte em busca de novas oportunidades. É neste contexto que se desenvolve o trabalho de Carla Souza, advogada brasileira, de 41 anos, natural de Caruaru, Pernambuco, que encontrou na sua própria experiência como imigrante uma perspectiva particular sobre o exercício do Direito e o acompanhamento de pessoas que procuram construir uma vida em Portugal.

Há cerca de vinte anos em território português, Carla desenvolveu vínculos pessoais

receios e objectivos concretos. Essa consciência influencia a forma como acompanha os seus clientes, procurando aliar o conhecimento jurídico à compreensão das circunstâncias humanas que envolvem cada decisão.

A sua actuação concentra-se em três áreas complementares: imigração, Direito do Trabalho e Direito Empresarial. Embora distintas, estas vertentes encontram-se frequentemente ligadas na realidade de quem chega a Portugal. A regularização documental pode representar o primeiro passo para procurar emprego; a estabilidade profissional pode permitir organizar a vida financeira; e a criação de um negócio pode surgir como uma oportunidade de independência e



e consolidou o seu percurso profissional num país que passou a fazer parte da sua história. A experiência de imigração permitiu-lhe compreender que, por trás de cada processo jurídico, existe alguém com expectativas,

crescimento.

Foi nesta ligação entre as necessidades jurídicas e os projectos de vida que Carla encontrou o seu foco profissional. Na área da imigração, acompanha pessoas

que procuram concretizar uma mudança de país. No Direito do Trabalho, intervém em matérias relacionadas com os direitos, os deveres e as responsabilidades de trabalhadores e empregadores. Já no domínio empresarial,

procura ajudar os negócios a desenvolverem-se sobre bases jurídicas adequadas, prevenindo conflitos e proporcionando maior segurança nas decisões.

Um dos desafios que identifica no acompanhamento

de imigrantes é a quantidade de informação dispersa disponível, sobretudo nas redes sociais. Embora estes canais permitam divulgar conhecimentos e aproximar profissionais do público, nem toda a informação partilhada está

actualizada ou corresponde à realidade de cada pessoa. Uma orientação válida numa determinada situação pode não ser aplicável a outra, tornando indispensável uma análise individualizada.

A isso juntam-se as

dificuldades relacionadas com documentação, procedimentos administrativos, habitação, acesso ao emprego e adaptação cultural. A proximidade linguística entre brasileiros e portugueses facilita a comunicação, mas não elimina as diferenças legais, profissionais e sociais. Para Carla, compreender essas particularidades é essencial para uma integração mais consciente e para evitar decisões baseadas em pressupostos incorrectos.

Entre os erros que mais a preocupam está a tendência para reproduzir o percurso de outras pessoas sem avaliar as próprias circunstâncias. Cada processo possui características específicas, e aquilo que funcionou para um imigrante não constitui necessariamente a solução adequada para outro. Existem também situações em que as pessoas assumem compromissos financeiros antes de compreenderem a via legal mais indicada, adiam a organização dos documentos ou desvalorizam notificações e prazos importantes.

A prevenção, defende, começa antes da mudança. Pesquisar informação oficial actualizada, organizar a documentação, preparar uma reserva financeira e procurar orientação jurídica adequada

são medidas que podem ajudar a antecipar dificuldades. Mudar de país é uma decisão que envolve expectativas legítimas, mas a concretização dessas expectativas depende também da capacidade de transformar o sonho num plano realista.

É precisamente na procura dessa clareza que Carla procura acrescentar valor ao trabalho jurídico. Para uma pessoa, o acompanhamento pode significar compreender as possibilidades relacionadas com a sua situação de residência, conhecer os próprios direitos laborais ou avaliar as consequências de um contrato antes de o assinar. Para uma empresa, pode envolver a organização das relações de trabalho, a elaboração de contratos e a prevenção de conflitos que comprometam a actividade.

A segurança jurídica, na sua perspectiva, não deve ser vista apenas como uma resposta a problemas já existentes. É também um instrumento de prevenção e planeamento, que permite avaliar riscos, conhecer responsabilidades e tomar decisões mais conscientes. Quando as pessoas



compreendem as suas opções, conseguem organizar melhor os passos seguintes e concentrar-se no desenvolvimento dos seus projectos.

O empreendedorismo constitui outra dimensão importante da sua visão sobre Portugal. Carla considera que o país pode oferecer oportunidades a quem chega com ideias e vontade de construir algo próprio, mas ressalva que o entusiasmo deve ser acompanhado de preparação. Conhecer o mercado, avaliar os custos, compreender a concorrência e respeitar as obrigações legais são etapas fundamentais para transformar uma oportunidade numa actividade sustentável.

A experiência de quem vive entre culturas diferentes também pode contribuir para identificar necessidades específicas e desenvolver serviços dirigidos a determinados públicos. Contudo, a capacidade de reconhecer essas oportunidades precisa de ser acompanhada por uma análise realista

das condições existentes. Para Carla, empreender exige visão, disciplina e abertura para aprender, sem perder de vista os riscos e as responsabilidades inerentes a qualquer negócio.

A sua presença nos canais digitais acompanha esta mesma preocupação com a informação e a proximidade. Através de uma comunicação acessível, procura esclarecer dúvidas relacionadas com o Direito e ajudar as pessoas a compreender melhor questões que influenciam o quotidiano. Considera que o marketing jurídico pode ser uma ferramenta importante para partilhar conhecimento, tornar visíveis os valores que orientam a sua actividade e construir relações de confiança, desde que respeite os princípios éticos da profissão.

Para além da divulgação de conteúdos, a comunicação digital permite-lhe alcançar novos públicos e desenvolver a sua actividade profissional. Carla entende que explicar o Direito numa linguagem compreensível não diminui a sua complexidade; pelo contrário, ajuda as pessoas a reconhecer quando precisam de orientação especializada e a procurar apoio antes de tomarem decisões com consequências relevantes.

São, contudo, as dimensões humanas do trabalho que atribuem maior significado à sua profissão. Uma questão relacionada



com a residência pode envolver uma família inteira à procura de estabilidade. Um conflito laboral pode representar uma ameaça à segurança financeira de alguém ou afectar profundamente a sua confiança. Por respeito ao sigilo profissional, Carla não partilha os detalhes dos casos que acompanha, mas identifica como particularmente gratificante o momento em que uma pessoa compreende as suas opções e recupera a capacidade de planear o futuro com maior tranquilidade.

Paralelamente à consolidação da sua actividade nas áreas de imigração, Direito do Trabalho e Direito Empresarial, Carla está a

desenvolver projectos de formação jurídica e uma mentoria destinada a advogados. A iniciativa pretende integrar autoconhecimento, auto-imagem profissional e posicionamento estratégico, ajudando os profissionais a reconhecerem a própria identidade, comunicarem melhor o seu valor e conquistarem maior autonomia na divulgação e no desenvolvimento da sua actividade.

A proposta parte da convicção de que a competência técnica, embora indispensável, nem sempre é suficiente para garantir o crescimento profissional. Reconhecer as próprias capacidades, desenvolver confiança e aprender a comunicar o

valor do trabalho são aspectos que podem influenciar a forma como um advogado constrói a sua carreira. Ao investir nesta vertente, Carla procura alargar o seu contributo para além do acompanhamento jurídico tradicional, promovendo também o desenvolvimento pessoal e profissional de outros profissionais.

Aos brasileiros que sonham viver em Portugal, deixa um conselho assente na preparação. Recomenda que investiguem a via legal adequada à sua situação, conheçam o custo de vida da região onde pretendem estabelecer-se, organizem os documentos e preparem financeiramente os

primeiros meses. A adaptação exige igualmente disponibilidade para aprender novos hábitos, construir relações e ajustar expectativas. O sonho, na sua visão, oferece a direcção, mas é o planeamento que permite avançar com maior segurança.

O legado que deseja construir está ligado à autonomia e à transformação humana. Carla pretende continuar a ajudar pessoas a tomarem decisões informadas e profissionais a reconhecerem o valor do seu trabalho e da sua voz. Acredita que o Direito pode contribuir para abrir caminhos, proteger direitos e criar condições para que cada pessoa conduza a própria

vida com maior consciência das possibilidades e responsabilidades que tem diante de si.

Na trajectória de Carla Souza, o Direito ultrapassa a dimensão técnica dos processos e aproxima-se dos projectos de vida que exigem orientação, segurança e confiança. Entre a experiência da imigração, o acompanhamento jurídico e a preparação de novas iniciativas de formação, a advogada procura afirmar uma visão em que o conhecimento serve para ampliar a autonomia e criar oportunidades de transformação. Porque, para si, o Direito é a ferramenta, mas a transformação humana é o resultado.



Feijão do Amor



Água de Coco Natural Com Amor

• • •
Nacional, Puro,
Fresco e Saudável

ANA RITA MENEZES FERNANDES:

A coragem de recomeçar e transformar o cuidado num propósito

Aos 35 anos, Ana Rita Menezes Fernandes constrói no Baixo Alentejo, em Portugal, um percurso marcado pela resiliência, pela maternidade e pela vontade de transformar os desafios pessoais em oportunidades de crescimento. Nascida em Lisboa, mas criada naquela região, encontrou na estética uma oportunidade de conquistar independência profissional e, sobretudo, de construir uma vida mais próxima dos filhos. A sua história é a de uma mulher que, perante as adversidades, decidiu não desistir de si nem dos sonhos que começou a alimentar.

Antes de entrar no universo da estética, trabalhou como assistente dentária e desempenhou funções ligadas ao contacto com o público e ao cuidado do outro. A maternidade sempre ocupou um lugar central na sua vida, mas foi depois de uma separação, quando ficou sozinha com o primeiro filho, que começou a procurar alternativas para reforçar o rendimento familiar. A sugestão de uma amiga levou-a a descobrir o lifting de pestanas, uma técnica que despertou a sua curiosidade e abriu as portas a uma área que nunca tinha imaginado transformar em profissão.

O que começou como uma possibilidade de rendimento extra tornou-se uma paixão. Há cerca de seis anos, Ana Rita iniciou um percurso de formação contínua, aprofundando conhecimentos e descobrindo novas possibilidades no sector da estética. A cada formação, crescia também a vontade de aprender, aperfeiçoar técnicas e oferecer serviços de maior qualidade. O seu interesse deixou de estar apenas nos tratamentos e passou a abranger a experiência proporcionada a cada cliente.

A vida pessoal, contudo, continuou a colocar-lhe desafios. Com o nascimento do segundo filho, voltou a enfrentar a responsabilidade de cuidar sozinha

de duas crianças pequenas. Consciente de que precisava de criar uma actividade sustentável, que lhe permitisse assegurar o bem-estar da família e acompanhar o crescimento dos filhos, começou a investir cada vez mais no próprio negócio. Não se tratava apenas de uma mudança profissional, mas de encontrar uma forma de conciliar independência financeira, realização pessoal e presença familiar.

Um dos períodos mais difíceis surgiu nos últimos anos, quando o cansaço acumulado, as noites mal dormidas, os cuidados com um bebé e a pressão de tentar responder a todas as responsabilidades a levaram a aproximar-se de um esgotamento. Ana Rita recorda essa fase como um momento em que percebeu que precisava de mudar. A dor generalizada no corpo, a exaustão e a falta de energia para tarefas básicas foram sinais de que já não podia continuar ao mesmo ritmo.

Foi então que tomou uma das decisões mais importantes da sua vida: abandonar o emprego a tempo inteiro e dedicar-se exclusivamente ao seu negócio. A escolha trouxe incertezas, sobretudo porque já tinha investido em

equipamentos e precisava de garantir a sustentabilidade da actividade. Ainda assim, sentiu que era o momento de arriscar. «Ter um negócio é mesmo isto, é ter medo, mas investir; é ter medo, mas arriscar», afirma, reconhecendo que o último ano foi exigente, mas também mo-

tivo de orgulho pelo caminho construído.

Hoje, a sua visão da estética vai além da componente técnica. Ana Rita procura criar um espaço onde as mulheres possam sentir-se acolhidas, escutadas e valorizadas. Para ela,

uma sessão de tratamento pode ser também uma oportunidade para abrandar, conversar, rir, chorar e dedicar tempo a si própria. Algumas clientes tornaram-se amigas, uma relação que considera demonstrar a importância da confiança e da proximidade no seu trabalho.





Essa abordagem começa pela escuta. Antes de recomendar qualquer procedimento, procura compreender as preocupações de cada cliente e avaliar quais os tratamentos mais adequados às suas necessidades. Nem sempre a solução desejada corresponde àquela de que a pele ou o corpo realmente precisam. Por isso, privilegia uma avaliação cuidadosa, explica os limites dos tratamentos e reforça que os resultados dependem também dos cuidados mantidos em casa. O objectivo não é apenas prestar um serviço, mas garantir que cada pessoa compreende o processo e se sente segura nas suas escolhas.

A maternidade continua a ser a sua principal fonte de motivação. Ana Rita reconhece que os filhos foram determinantes para a mulher e profissional em que se



tornou. Destaca também o apoio da mãe, que tem sido fundamental nos cuidados às crianças e lhe permite continuar a trabalhar. Apesar dos horários exigentes da estética, procura estar presente nos momentos importantes, valorizando a flexibilidade que o trabalho por conta própria lhe oferece para organizar a agenda e acompanhar o crescimento dos filhos.

A decisão de construir

oferecer oportunidades a quem tem coragem de empreender.

Essa ambição exige investimento, estudo e actualização constante. Ana Rita procura frequentar uma ou duas formações por ano e está actualmente a realizar um curso de Estética Avançada, com o objectivo de aprofundar competências e ampliar as possibilidades de crescimento. Também investiu em mentorias de negócio e de desenvolvimento pessoal, reconhecendo que a evolução de



o negócio em Vila Nova da Baronia, uma pequena vila do distrito de Beja, também reflecte a sua visão sobre o acesso aos cuidados estéticos. Para Ana Rita, viver numa localidade de menor dimensão não deve significar ter menos opções ou precisar de percorrer dezenas de quilómetros para encontrar serviços diversificados e de qualidade. Acredita que as comunidades do interior também merecem investir no bem-estar e que os pequenos meios podem

uma empresa depende tanto da preparação técnica como da capacidade de quem a dirige para cuidar de si e tomar decisões conscientes.

Olhando para o futuro, começa a considerar a possibilidade de entrar na área da formação, uma vez que identifica espaço para desenvolver essa vertente no Alentejo. Pretende continuar a crescer, consolidar o negócio e partilhar a experiência adquirida com outras pessoas que desejem construir o seu próprio caminho na estética.



Nas redes sociais, tem procurado mostrar mais da sua vida e do percurso profissional, não para apresentar uma realidade sem dificuldades, mas para inspirar outras mulheres a acreditarem nas suas capacidades e a compreenderem que recomeçar também pode ser uma forma de avançar.

A história de Ana Rita Menezes Fernandes revela que o empreendedorismo nem sempre nasce de um plano definido. Por vezes, surge da necessidade, ganha força através da aprendizagem e consolida-se com decisões difíceis, investimento e persistência. Entre a maternidade, os desafios pessoais e a construção de um negócio próprio, tem aprendido que o sucesso não se mede apenas pelo crescimento profissional, mas também pela possibilidade de viver com maior autonomia e propósito.

Às suas clientes, amigas e a todas as mulheres que acompanham o seu percurso, deixa uma mensagem que resume a sua filosofia de vida: «Vocês são o vosso grande Amor. Cuidem-se!» Para Ana Rita, esse cuidado não se limita à estética: começa também na mente,

nas crenças e na forma como cada mulher se trata. Afinal, para cuidar dos outros sem se esquecer de si própria, é necessário reconhecer o próprio valor. É essa convicção que leva para cada atendimento e que pretende continuar a transmitir através do seu trabalho.



YOLANDA SIMONE GUEFATE:

Comunicar com propósito e transformar a solidariedade em acção

Aos 41 anos, Yolanda Simone Guefate constrói um percurso que cruza comunicação, empreendedorismo e responsabilidade social, guiado pela fé, pelos valores familiares e pelo compromisso com a dignidade humana. A sua história revela uma mulher que aprendeu desde cedo a importância do trabalho e da independência, mas que também encontrou na solidariedade uma forma de compreender melhor as desigualdades e contribuir para uma sociedade mais humana.

Filha de um professor e de uma modista, cresceu num ambiente onde a educação e o trabalho eram vistos como pilares fundamentais para a construção de um futuro digno. A sua primeira experiência profissional aconteceu no bar da família, onde, apesar de não receber um salário, tinha uma mesada e começou a aprender sobre gestão, atendimento e relacionamento com diferentes pessoas. Foi também nesse contexto que desenvolveu a paciência, o respeito e a capacidade de lidar com realidades distintas.

Paralelamente, as actividades da catequese despertaram nela uma sensibilidade particular para as necessidades dos outros. Desde criança, questionava-se sobre as razões pelas quais algumas crianças não tinham as mesmas oportunidades e por que motivo certos idosos viviam afastados das suas famílias. Essas inquietações, que inicialmente surgiam como perguntas próprias da infância, tornaram-se parte dos valores que orientam a sua vida adulta.

Embora tenha pensado inicialmente em seguir Direito, o percurso de Yolanda acabou por levá-la à Comunicação. Durante a formação técnica em Contabilidade e Gestão, as amigas incentivavam-na a considerar o jornalismo,



reconhecendo a sua facilidade em falar e expressar ideias. O hábito de participar nas leituras escolares e o interesse pelos apresentadores de televisão contribuíram

igualmente para despertar essa vocação.

Mais tarde, frequentou cursos na área da Comunicação e realizou um está-

gio de um ano na imprensa escrita, no Diário de Moçambique, experiência que considera importante para o seu desenvolvimento. No ensino superior, optou pela

Comunicação Empresarial e Institucional. Ao longo desse caminho, compreendeu que comunicar exige muito mais do que transmitir palavras: implica saber ouvir, inter-

pretar contextos e construir mensagens claras, capazes de chegar às pessoas com responsabilidade.

Essa consciência influen-

cia a forma como encara o papel dos profissionais da comunicação na sociedade moçambicana. Num contexto em que as redes sociais aceleram a circulação de conteúdos, Yolanda considera essencial distinguir a informação credível da desinformação. Para si, o comunicólogo deve assumir uma postura ética, responsável e comprometida com a verdade, reconhecendo que as palavras podem influenciar comportamentos, formar opiniões e contribuir para uma sociedade mais informada e participativa.

A intervenção social, contudo, não surgiu apenas como uma extensão da sua profissão. O voluntariado faz parte da sua história desde a infância, mas ganhou uma dimensão particular quando aceitou o convite de uma amiga para participar no Natal Solidário. Na ocasião, decidiu abdicar do almoço em família para estar com pessoas que não tinham companhia nem condições para garantir uma refeição. A experiência reforçou a convicção de que uma data tão significativa para si também poderia tornar-se especial para quem vivia em situação de vulnerabilidade.

Entre as experiências que mais a marcaram está o encontro com uma família que vivia na rua, nas imediações da Fortaleza, incluindo um bebé. O contacto com aquela realidade levou-a a reflectir sobre



a fragilidade humana e sobre as circunstâncias que podem conduzir pessoas a situações extremas. Outra experiência particularmente difícil foi conhecer famílias que perderam os seus bens e que, há mais de três anos, vivem numa escola à espera de reassentamento, sem privacidade nem condições adequadas.

São realidades que deixaram marcas profundas na sua forma de olhar para o mundo. Yolanda recorda também o gesto de um homem que vivia na rua e que lhe ofereceu uma rosa, explicando que a tinha escolhido por lhe transmitir ternura. Para ela, aquele momento demonstrou que, mesmo em condições difíceis, continuam a existir gestos de afecto e humanidade que não devem ser ignorados.



Estas vivências ensinaram-lhe a aproximar-se das pessoas sem julgamentos e a compreender que a solidariedade não deve limitar-se a ocasiões especiais. Por isso, mantém o hábito de separar parte da comida dos eventos familiares para oferecer a pessoas que vivem na rua. São gestos simples, mas que traduzem uma convicção firme: ajudar não exige necessariamente grandes recursos, mas disponibilidade, sensibilidade e vontade de agir.

No percurso profissional, também teve de aprender a afirmar a sua voz. Tendo trabalhado maioritariamente com homens e com pessoas mais velhas, reconhece que liderar e transmitir orientações nem sempre foi fácil. Preciso de desenvolver uma comunicação assertiva, apresentar ideias com clareza e conquistar espaço para que a sua competência fosse reconhecida. A experiência ensinou-lhe que a confiança e a firmeza são fundamentais para liderar, sobretudo quando é necessário ultrapassar preconceitos associados à idade ou ao género.

A conciliação entre carreira, vida pessoal e voluntariado continua a exigir organização e definição de prioridades. Na empresa onde trabalha, o departamento de Responsabilidade Social permite-lhe colaborar com instituições que desenvolvem iniciativas de apoio às comunidades. Desta forma, procura integrar o compromisso social na sua actividade profissional, sem perder de vista os valores que considera essenciais para a sua identidade.

O empreendedorismo representa igualmente uma oportunidade para ampliar esse impacto. Yolanda possui um negócio de venda de artigos do fardo e pretende, nos próximos anos, associar a actividade ao apoio social, destinando uma percentagem das vendas a uma instituição. Embora o modelo ainda esteja por definir, a intenção é transformar cada compra numa oportunidade de contribuir para uma causa e demonstrar que os negócios também podem ser instrumentos de solidariedade.

A sua visão sobre as redes sociais segue a mesma lógica. Acredita que estas plataformas devem ser utilizadas para educar, inspirar e dar visibilidade a pessoas com experiências relevantes. Para os jovens, defende a importância de procurar referências positivas, acompanhar iniciativas de aprendizagem e aproveitar conteúdos que contribuam para o desenvolvimento pessoal e profissional. Mais do que acumular

seguidores, considera fundamental compreender o valor daquilo que se partilha e o impacto que pode produzir na vida de outras pessoas.

Aos jovens moçambicanos que desejam contribuir para a sociedade, mas acreditam não possuir recursos suficientes, deixa um conselho assente na iniciativa e na perseverança: começar

com aquilo que se tem, investir na aprendizagem e não esperar pelas condições perfeitas. Na sua perspectiva, a constância, a humildade e a capacidade de aprender com cada etapa são fundamentais para transformar uma intenção num projecto concreto.

A trajectória de Yolanda Simone Guefate mostra que a

comunicação pode ultrapassar os limites da actividade profissional quando é acompanhada por consciência social e vontade de servir. Entre a experiência empresarial, o trabalho de comunicação e as acções de voluntariado, procura construir um percurso em que o crescimento individual não esteja separado do bem-estar colectivo.

Para Yolanda, comunicar é também assumir responsabilidade, e ajudar é transformar valores em acções concretas. A sua história recorda que o impacto social não começa necessariamente com grandes projectos ou recursos abundantes, mas com a capacidade de reconhecer as necessidades do outro e a coragem de fazer alguma coisa para mudar a realidade.



RACHEL CASTRO:

Da zona rural a São Paulo, Uma história de coragem, moda e reinvenção



Aos 37 anos, Rachel Castro constrói a sua trajetória no universo da moda e da comunicação digital, com uma história marcada pelo empreendedorismo precoce, pela coragem de recomeçar e pela capacidade de transformar mudanças pessoais em oportunidades profissionais. Nascida em São José dos Campos, no Brasil, traz consigo as raízes de uma infância simples na zona rural e a ambição de quem aprendeu desde cedo que os sonhos exigem iniciativa, trabalho e disposição para sair da zona de conforto.

A sua ligação à moda começou muito antes de se tornar criadora de conteúdo. Aos 16 anos, abriu um brechó infantil na zona rural e, aos 20, avançou para a criação da sua primeira loja de vestuário feminino. O contacto directo com o comércio permitiu-lhe conhecer o comportamento dos consumidores, desenvolver uma visão empreendedora e compreender que a moda não se resume à escolha de roupas: também envolve identidade, posicionamento e a forma como cada pessoa se apresenta ao mundo.

Durante anos, a loja física representou a concretização de um sonho. No entanto, o casamento e a chegada da maternidade levaram-na a reconsiderar o rumo da sua vida. Rachel tomou a difícil decisão de vender o negócio no interior e mudar-se para São Paulo, uma das maiores metrópoles do Brasil, acreditando que a cidade lhe proporcionaria novas oportunidades de crescimento. Mais do que uma mudança geográfica, tratou-se de abandonar uma realidade consolidada para construir outra, num ambiente profissional mais competitivo e exigente.

Foi nessa transição que a experiência acumulada nos bastidores do comércio começou a ganhar uma nova expressão. A antiga empresária encontrou no universo digital uma forma de partilhar o seu conhecimento sobre moda, styling, consultoria de imagem e coloração pessoal. A influência digital tornou-se, assim, uma extensão natural do percurso que já vinha a construir, permitindo-lhe transformar anos de experiência prática em conteúdos dirigidos a mulheres interessadas em descobrir e valorizar o próprio estilo.

Para Rachel, a moda é uma linguagem que comunica antes mesmo das palavras. Acredita que a imagem transmite mensagens sobre personalidade, confiança e posicionamento, razão pela qual procura produzir conteúdos que aliem conhecimento técnico, sofisticação e acessibilidade. O seu objectivo não é apresentar a moda como um universo distante ou reservado a determinados grupos, mas demonstrar que cada mulher pode utilizar as roupas e as cores a seu favor, de acordo com a sua identidade, realidade e objectivos.

A formação em moda, styling, consultoria de imagem e coloração pessoal contribui para distinguir a sua abordagem num ambiente digital onde



com as ambições pessoais. Para Rachel, a chegada da filha não representou o fim de uma etapa de sonhos, mas uma oportunidade para compreender com maior clareza aquilo que desejava construir. Hoje, a criança é uma das suas maiores fontes de motivação e uma referência constante nas decisões que toma.

Conciliar a produção de conteúdos, os compromissos profissionais, os eventos e a vida familiar exige disciplina e capacidade de organização. Rachel reconhece que o trabalho digital pode ocupar praticamente todos os momentos do dia, tornando difícil estabelecer limites entre a actividade profissional e a vida privada. Para enfrentar esse desafio, procura recuperar a disciplina desenvolvida durante os anos em que esteve ligada ao comércio tradicional, sem perder de vista a importância de estar presente para a família.

Nesse percurso, o apoio do marido e dos familiares tem desempenhado um papel determinante. A mudança para São Paulo e a transição profissional exigiram uma estrutura de confiança que lhe permitisse avançar com maior segurança. Saber que conta com uma base familiar sólida ajuda-a a participar em eventos, produzir conteúdos e investir no crescimento da sua presença digital, sem deixar de valorizar o espaço de estabilidade que encontra em casa.

O cuidado com a própria imagem também ocupa um lugar importante na sua rotina. Para Rachel, vestir-se bem, preparar os looks e explorar o seu estilo não constitui uma preocupação superficial, mas uma forma de expressão e autocuidado. Sentir-se bem com a própria aparência contribui para a sua confiança e disposição, reforçando a ideia de que cuidar de si também passa por reconhecer aquilo que a faz sentir-se segura e confortável na sua identidade.



as tendências se multiplicam rapidamente. Em vez de se limitar à reprodução de combinações populares, procura explicar escolhas, explorar possibilidades e mostrar como determinados elementos podem valorizar a imagem. Define o seu estilo como clássico contemporâneo, embora mantenha uma ligação às tendências e aos detalhes fashionistas que acrescentam personalidade e força às suas composições.

A maternidade foi um dos momentos mais marcantes desta transformação. Tornar-se mãe enquanto reorganizava a vida profissional obrigou-a a redefinir prioridades e a encontrar novas formas de equilibrar as responsabilidades familiares



Essa perspectiva estende-se à forma como entende o empoderamento feminino. Na sua visão, conhecer a própria imagem pode ajudar uma mulher a comunicar com mais confiança, ocupar espaços e posicionar-se perante diferentes desafios. A moda, quando utilizada de forma consciente, deixa de ser apenas uma questão estética e transforma-se numa ferramenta de autonomia. O importante, defende, não é seguir todas as tendências, mas compreender o que faz sentido para cada pessoa e construir um estilo coerente com quem realmente é.

Olhando para o futuro, Rachel pretende consolidar o

A sua trajectória demonstra que a capacidade de recomeçar pode ser tão importante quanto a coragem de iniciar um projecto. Da abertura de um brechó aos 16 anos à construção de uma carreira digital em São Paulo, Rachel tem procurado transformar cada etapa numa oportunidade de aprendizagem. A mudança de cidade, a maternidade e a reinvenção profissional não apagaram as suas origens; pelo contrário, tornaram-se parte da identidade que hoje apresenta ao público.

É também à filha que deseja deixar o testemunho mais importante da sua ca-



seu nome como referência no universo da influência de moda, estabelecendo novas parcerias com marcas nacionais e internacionais. Entre as possibilidades que considera estão o desenvolvimento de colecções em colaboração, a realização de workshops de imagem e a criação de mentorias para mulheres que desejam utilizar a própria imagem de forma mais estratégica. São projectos que poderão ampliar a sua actuação para além das plataformas digitais e aproximá-la ainda mais da consultoria e da formação.



minhada: o de uma mulher que soube amar, cuidar e estar presente, sem abdicar dos próprios sonhos. A mensagem que dirige às mulheres que atravessam mudanças de carreira, cidade ou vida pessoal é clara: não devem ter medo de recomeçar. Afinal, as experiências acumuladas acompanham-nos, mesmo quando tudo à nossa volta muda.

Para Rachel Castro, o verdadeiro legado não está apenas no reconhecimento profissional ou na dimensão dos projectos que ainda pretende realizar. Está na possibilidade de mostrar à filha que é possível construir uma família e, simultaneamente, preservar a própria identidade, a independência e a ambição. Uma mulher pode acolher as suas responsabilidades sem deixar de acreditar no seu potencial — e pode transformar a coragem de recomeçar numa das maiores forças da sua história.



MAGAZINE

INSPIRAÇÃO



LIDERANÇA

IMPACTO



DRA. NÁDIA COSTA & A SAÚDE FEMININA:

Cuidar com segurança, ciência e carinho