

MAGAZINE

INSPIRAÇÃO

LIDERANÇA

IMPACTO

EDIÇÃO

150

OUTUBRO
2026



VALÓDIA MAFUIANE

A FORÇA DE UMA MULHER QUE FAZ ACONTECER

SHEINILA MOHAMED AMIN:

O caminho para a liberdade emocional

Antes de se tornar conhecida como a Terapeuta das Emoções, Sheinila Mohamed Amin percorreu um caminho que a levou dos números à compreensão do universo humano. Empresária nas áreas da restauração e dos eventos, com dez anos de experiência como contabilista e formação em Contabilidade e Gestão de Empresas, encontrou nas terapias integrativas uma nova forma de dar sentido à sua trajectória. Mãe de três filhos, descobriu na maternidade não apenas a realização de um sonho de infância, mas também uma oportunidade de olhar para a própria história e compreender a importância de cuidar das feridas emocionais.

O ponto de viragem aconteceu em 2023, durante umas férias em família. Ao contemplar os filhos, sentiu gratidão por ter concretizado um dos seus maiores desejos pessoais, mas reconheceu que a vida profissional já não correspondia inteiramente àquilo que procurava. A pergunta sobre o trabalho que a faria sentir-se verdadeiramente alinhada com o seu propósito tornou-se o início de uma nova etapa. Passou a dedicar as noites ao estudo das terapias integrativas e do funcionamento das emoções humanas, procurando unir a experiência empresarial à vontade de ajudar outras pessoas a encontrarem equilíbrio e clareza.



Na sua visão, compreender as emoções é um passo fundamental para reconhecer os padrões que influenciam as decisões, os relacionamentos e a forma como cada pessoa se posiciona perante a vida. Sheinila considera que muitas pessoas aprenderam a esconder o sofrimento, privilegiando a produtivi-

dade e a racionalidade em detrimento da escuta interior. Expressões como “engole o choro” ou “tem paciência e aguenta”, frequentemente transmitidas entre gerações, podem contribuir para que a dor seja silenciada em vez de compreendida. Com o tempo, esse hábito pode dificultar a definição de limites, o reconhecimento

das próprias necessidades e a procura de apoio.

É neste contexto que desenvolve o seu trabalho como Terapeuta das Emoções, procurando criar condições para que as pessoas reconheçam os seus sentimentos sem julgamento e compreendam a influência das experiências

passadas na vida presente. Para Sheinila, liberdade emocional não significa deixar de sentir tristeza, medo, raiva ou culpa, mas aprender a relacionar-se com essas emoções sem permitir que determinem todas as escolhas. O processo exige consciência, tempo e, quando necessário, acompanhamento adequado.



a culpa que algumas pessoas sentem quando decidem seguir um caminho diferente daquele que a família ou a sociedade esperam. Na sua perspectiva, a busca constante pela aprovação externa pode afastar o indivíduo dos seus próprios desejos e valores, criando uma vida orientada mais pelas expectativas dos outros do que pelas escolhas pessoais.

A sua compreensão destas dinâmicas também nasce da experiência familiar. Sheinila recorda a influência do pai, a quem atribui ensinamentos de amor, respeito e humildade, reconhecendo igualmente que a sua rigidez marcou a forma como aprendeu a re-



e com os outros. Ao reflectir sobre essa herança, percebeu que algumas exigências que dirigia a si mesma reproduziam padrões aprendidos ao longo da vida. Essa consciência reforçou a sua convicção

de que compreender a história familiar pode ajudar a reconhecer comportamentos, sem que isso signifique justificar experiências dolorosas ou desvalorizar aquilo que precisa de ser transformado.



Entre os bloqueios que identifica com maior frequência estão o medo da rejeição, a necessidade de agradar a todos, o perfeccionismo e a dificuldade em pedir ajuda. Refere também





No acompanhamento terapêutico, procura oferecer um espaço de acolhimento, privacidade e ausência de julgamento. Acredita que a confiança começa na liberdade de cada pessoa se expressar ao seu próprio ritmo, sem pressão para revelar aquilo para que ainda não se sente preparada. Recorre a práticas de relaxamento e aromaterapia no âmbito da sua abordagem integrativa, adaptando o ambiente e a dinâmica das sessões às necessidades de quem procura apoio. Para si, ouvir também significa respeitar o silêncio e compreender que cada processo tem o seu tempo.

Esta filosofia está presente no Templum Curae, que disponibiliza atendimento presencial e online.



Embora tenha uma preferência pessoal pelo contacto presencial, Sheinila vê o acompanhamento à distância como uma oportunidade para ultrapassar barreiras geográficas e chegar a pessoas que vivem noutras províncias de Moçambique ou na diáspora. A modalidade online permite ampliar o acesso aos seus serviços, mantendo a preocupação com a privacidade e a criação de um ambiente seguro para cada sessão.

A sua missão, contudo, ultrapassa o espaço terapêutico. Sheinila deseja levar a reflexão sobre saúde emocional a mais pessoas, através de palestras e iniciativas nas províncias moçambicanas e além-fronteiras. Sonha com um Templum Curae instalado num espaço rodeado de natureza, onde o ambiente contribua para transmitir tranquilidade e acolhimento. Mais do que expandir uma actividade profissional, pretende criar oportunidades para que outras pessoas compreendam melhor as suas

ragem para procurar apoio. Reconhece que o silêncio pode ter sido, durante muito tempo, uma forma de protecção, sem que tenha de continuar a ser a única resposta. Defende que as dificuldades emocionais merecem atenção e respeito e que pedir ajuda não deve ser encarado como sinal de fraqueza.

Na trajetória de Sheinila Mohamed Amin, a passagem da Contabilidade para o universo das emoções representa uma mudança de orientação profissional e uma procura de maior alinhamento entre trabalho e propósito pessoal. A experiência empresarial, a maternidade e o estudo das terapias integrativas cruzam-se numa missão centrada no acolhimento e no desenvolvimento humano.

A sua mensagem resume-se numa convicção: reconhecer aquilo que sentimos pode ser o primeiro passo para mudar a forma como vivemos. Porque, por detrás de muitas histórias de força,



emoções e encontrem formas mais conscientes de viver.

A mensagem que dirige a quem atravessa momentos de sofrimento é de esperança, mas também de co-

existem dores que nunca encontraram espaço para ser ouvidas — e cuidar delas pode abrir caminho a uma vida com mais consciência, autonomia e leveza.

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.

SANDRA ISABEL SANTOS:

Abundância feminina, dinheiro e liberdade de escolher

A relação de uma mulher com o dinheiro pode revelar muito mais do que os seus hábitos financeiros. Pode expor crenças construídas ao longo da vida, medos que condicionam decisões, dificuldades em reconhecer o próprio valor e até a forma como aprendeu a posicionar-se perante o mundo. Para Sandra Isabel Santos, portuguesa de 42 anos, compreender esta relação é um dos primeiros passos para construir uma vida com maior liberdade e um negócio capaz de gerar prosperidade. Através do seu trabalho na área da abundância feminina, da consultoria, da mentoria e da Magnet Biz Academy, dedica-se a acompanhar mulheres empreendedoras no processo de reconhecimento do seu potencial, valorização das suas competências e desenvolvimento de negócios financeiramente sustentáveis. A sua abordagem parte de uma convicção: a transformação financeira não se resume a ganhar mais dinheiro, mas exige também uma mudança na forma como cada mulher pensa, decide, comunica e age.

Por detrás desta missão está uma mulher que se define como alguém em constante construção, movida pela curiosidade sobre a vida, pelas relações humanas e pelos factores que impedem tantas pessoas de alcançar o seu verdadeiro potencial. Mãe de dois filhos, que descreve carinhosamente como os seus “dois furacões”, Sandra encontra na maternidade uma dimensão importante da sua identidade, a par de uma trajectória marcada por mudanças significativas. A sua história profissional ajuda a compreender a forma como chegou ao trabalho que desenvolve actualmente. Começou o percurso académico na área da Psicomotricidade, mas acabou por seguir um caminho diferente, entrando na banca portuguesa, onde permaneceu durante 15 anos e realizou uma pós-graduação em Gestão de Negócio Bancário. Durante mais de uma década, trabalhou num sector directamente ligado à gestão do dinheiro, sem imaginar que essa experiência acabaria por contribuir para uma profunda reflexão sobre a sua própria vida.

Durante muito tempo, o seu percurso pareceu seguir uma trajectória profissional previsível. A experiência acumulada na banca proporcionou-lhe contacto com a realidade



financeira e com a importância da gestão, mas, com o passar dos anos, começou a sentir necessidade de compreender melhor a pessoa que existia para além da profissão. Em 2020, no contexto da pandemia, essa inquietação tornou-se mais evidente. Através da terapia energética e da meditação, iniciou um processo de descoberta pessoal e espiritual que a levou a questionar o fu-

turo que tinha imaginado para si. Foi nesse período que reconheceu, com maior clareza, que não pretendia permanecer bancária para sempre. A decisão não surgiu apenas da vontade de mudar de emprego, mas da necessidade de encontrar um caminho profissional mais coerente com aquilo em que acreditava e com o contributo que desejava oferecer a outras pessoas. Em

2022, assumiu o seu negócio e, em 2023, despediu-se definitivamente da banca. Ao olhar para essa transição, Sandra reconhece que a sua própria mudança se tornou parte fundamental da missão que viria a abraçar: ajudar outras mulheres a repensarem a relação com o dinheiro e a construírem negócios nos quais a prosperidade não seja acompanhada permanentemente pelo medo.



A experiência pessoal deu-lhe uma perspectiva particular sobre a forma como as pessoas se relacionam com o dinheiro. Para Sandra, não basta analisar quanto se ganha, quanto se gasta ou quanto se consegue poupar. É igualmente importante compreender as emoções e os comportamentos que acompanham essas decisões. “O dinheiro é uma relação”, afirma, chamando a atenção para a diversidade de sentimentos que podem marcar essa ligação. Há mulheres que vivem frustradas porque trabalham intensamente, mas não conseguem alcançar os rendimentos que desejam; outras sentem revolta por terem crescido em contextos onde o dinheiro era motivo de conflito ou privação; e há ainda quem evite olhar para as próprias contas, adie decisões financeiras ou sinta desconforto sempre que precisa de falar sobre preços e remuneração. Na sua perspectiva, estas experiências podem transformar o dinheiro numa fonte constante de tensão, dificultando uma gestão consciente e a construção de uma vida financeira mais equilibrada. Por isso, defende que estar disponível para receber começa por questionar a forma como cada mulher encara o dinheiro, o valor que atribui ao próprio trabalho e as decisões que toma perante as oportunidades que surgem.

Esta reflexão torna-se particularmente relevante quando se trata do empreendedorismo feminino. Sandra identifica quatro bloqueios que encontra frequentemente nas mulheres que acompanha: a dificuldade em reconhecer o próprio merecimento, em comunicar o valor do seu trabalho, em definir objectivos claros e em vender. São obstáculos diferentes, mas que podem reforçar-se mutuamente e comprometer o crescimento de um

negócio. Uma empreendedora pode ter conhecimentos sólidos, experiência e capacidade para oferecer um serviço de qualidade, mas continuar a cobrar abaixo do valor que considera justo por recear perder clientes ou ser julgada. Outra pode desejar aumentar os rendimentos sem conseguir definir quanto pretende ganhar, por que razão precisa desse valor ou que mudanças terá de introduzir no seu modelo de negócio. Há também quem associe as vendas à insistência e à pressão, sentindo que promover os próprios serviços significa incomodar os outros ou pedir dinheiro. Sandra procura desconstruir estas percepções, defendendo que vender é, acima de tudo, apresentar uma solução a alguém que pode precisar dela. Para a empreendedora, comunicar o valor do que faz e permitir que esse valor seja reconhecido são competências tão importantes como a própria execução do trabalho.

Na análise que faz destes bloqueios, a história familiar e as experiências da infância ocupam um lugar significativo. A relação com o dinheiro começa a formar-se muito antes do primeiro salário, através daquilo que se observa em casa, das conversas sobre despesas e dificuldades e das emoções que acompanham os momentos de estabilidade ou escassez. Uma criança que cresce a ouvir que o dinheiro nunca chega pode desenvolver uma percepção persistente de falta, mesmo quando, em adulta, a sua situação financeira se altera. Do mesmo modo, uma mulher que aprende que ambicionar rendimentos elevados é sinal de egoísmo pode sentir culpa quando começa a

conquistar independência ou a cobrar mais pelo seu trabalho. Sandra sublinha, contudo, que estas aprendizagens não determinam inevitavelmente o futuro. O importante é reconhecer-las, questionar a sua validade e decidir quais continuam a fazer sentido. Para si, honrar as próprias origens não significa reproduzir todas as limitações que fizeram parte delas. Significa compreender a história que trouxe cada mulher até ao presente e permitir-lhe construir novas possibilidades sem sentir que está a rejeitar quem foi ou de onde veio.

É neste processo que surge o conceito de empreendedora magnética, uma expressão que ocupa um lugar central na comunicação de Sandra. Longe de se limitar à capacidade de atrair clientes através da imagem ou da exposição pública, o magnetismo representa, na sua perspectiva, a coerência entre identidade, competências, comunicação e experiência oferecida. Uma mulher magnética é aquela que reconhece o valor do seu trabalho, sabe o que representa e consegue transmitir essa clareza nas suas decisões e na relação com os clientes. A confiança, neste contexto, não significa ausência de dúvidas ou inseguranças, mas a capacidade de avançar sem permitir que

essas emoções determinem todas as escolhas. Sandra considera que muitas empreendedoras passam demasiado tempo a tentar provar o seu valor, procurando validação externa antes de se sentirem preparadas para assumir novas responsabilidades ou oportunidades. O seu trabalho procura ajudá-las a desenvolver uma presença mais consistente, assente na autenticidade, na competência e na capacidade de comunicar aquilo que efectivamente entregam. Não se trata de construir uma personagem para o mercado, mas de tornar mais visíveis as qualidades e os conhecimentos que já existem.

A valorização do trabalho está igualmente ligada à forma como cada mulher estrutura o seu negócio. Sandra chama a atenção para uma realidade frequente no empreendedorismo: trabalhar mais horas não significa necessariamente ganhar mais dinheiro. Muitas empreendedoras concentram toda a sua energia na execução, na produção de conteúdos, no atendimento e na resposta às solicitações dos clientes, deixando pouco espaço para analisar os resultados, rever os preços ou planear o crescimento. Quando o negócio depende exclusivamente da venda do tempo da própria empreendedora, a capacidade de aumentar os rendimentos pode ficar limitada à disponibilidade física e às horas que consegue





dedicar ao trabalho. Para ultrapassar essa situação, considera necessário olhar para o negócio como um todo, avaliar os modelos de prestação de serviços, criar ofertas adequadas às necessidades do mercado e estabelecer preços que permitam cobrir os custos e sustentar a actividade. Esta mudança exige estratégia, mas também uma relação mais saudável com o próprio valor. A empreendedora precisa de compreender que pode preservar a sua identidade e os seus princípios sem manter estruturas que a conduzem à exaustão. Na visão de Sandra, rentabilidade e autenticidade não são realidades incompatíveis; o desafio está em encontrar uma forma de crescer sem ficar refém do próprio negócio.

O trabalho interior, por isso, não é apresentado como uma alternativa à gestão ou às estratégias comerciais, mas como uma dimensão que deve acompanhar a sua aplicação. Sandra defende que a consciência dos próprios padrões emocionais precisa de se traduzir em acções concretas. Reconhecer o medo de vender, por exemplo, é apenas o início; é necessário aprender a apresentar ofertas, convidar potenciais clientes a comprar e aceitar que nem todas as propostas terão uma resposta positiva. Da mesma forma, identificar dificuldades em receber dinheiro deve abrir caminho a decisões mais conscientes sobre remuneração, negociação e gestão financeira. A empreendedora pode conhecer as melhores estratégias de posicionamento e, ainda assim, não conseguir implementá-las se o receio da crítica ou do fracasso

continuar a condicionar as suas escolhas. Por outro lado, o autoconhecimento, sem acção, não garante resultados empresariais. É na articulação entre estas dimensões que Sandra procura desenvolver o seu acompanhamento, ajudando cada mulher a compreender o que a limita e a encontrar ferramentas práticas para avançar. O objectivo não é eliminar todas as dúvidas antes de agir, mas criar condições para que as decisões sejam tomadas com maior clareza, responsabilidade e consistência.

Esta abordagem exige também atenção às diferentes realidades financeiras das mulheres. Sandra reconhece que o medo de arriscar nem sempre resulta de uma crença limitadora: pode estar associado a responsabilidades familiares, rendimentos instáveis, dívidas ou à necessidade de proteger aquilo que já foi conquistado. Por essa razão, considera importante compreender o contexto de cada empreendedora antes de a incentivar a dar novos passos. O acompanhamento passa por distinguir os riscos concretos das narrativas internas que podem manter alguém paralisado, avaliar os recursos disponíveis, definir prioridades e identificar oportunidades de crescimento compatíveis com a realidade existente. Em vez de esperar que a mulher deixe de sentir medo, Sandra procura ajudá-la a desenvolver confiança através da experiência, da aprendizagem e da capacidade de ajustar o percurso quando necessário. Uma das perguntas que utiliza para estimular essa reflexão é: “A mulher que queres ser tomaria a mesma decisão que estás a tomar hoje?” A questão

convida a confrontar as escolhas do presente com os objectivos que se deseja alcançar, sem ignorar as circunstâncias reais nem transformar a ambição numa obrigação de arriscar a qualquer custo.

A definição de abundância é outro dos pilares do seu trabalho. Num contexto em que as redes sociais expõem constantemente imagens de sucesso, viagens, casas, empresas em expansão e elevados níveis de facturação, torna-se fácil confundir prosperidade com aparência. Sandra considera importante reconhecer que as imagens públicas raramente revelam toda a realidade financeira ou pessoal que existe por detrás delas. O dinheiro tem valor porque pode proporcionar segurança, opções e liberdade de escolha, mas os indicadores de sucesso não precisam de ser iguais para todas as mulheres. Para uma empreendedora, abundância pode significar construir uma empresa com elevados rendimentos e capacidade de expansão; para outra, pode representar pagar as despesas sem ansiedade, conquistar independência financeira, trabalhar menos horas

ou dispor de mais tempo para acompanhar os filhos. Cada realidade corresponde a prioridades diferentes, e nenhuma deve ser avaliada apenas a partir das expectativas sociais. A questão central, para Sandra, é perceber que vida se pretende construir e se as decisões tomadas no presente estão a aproximar a pessoa dessa realidade. Esta perspectiva procura devolver às mulheres a possibilidade de definir o próprio sucesso, em vez de perseguirem padrões que podem não corresponder às suas necessidades, valores ou aspirações.

É também por essa razão que Sandra não separa os resultados financeiros da transformação pessoal, embora não considere que o valor de uma mulher dependa daquilo que factura. Na sua perspectiva, construir um negócio próspero deve permitir melhorar a qualidade de vida, reconhecer competências e criar novas possibilidades, não aumentar a pressão para trabalhar continuamente ou corresponder às expectativas dos outros. Quando uma empreendedora consegue cobrar um preço justo sem sentir necessidade de se justificar, comunicar o seu trabalho sem se diminuir ou consultar as contas sem ansiedade, existem mudanças que vão além dos números. O mesmo acontece quando passa a tomar decisões conscientes, a reconhecer oportunidades e a compreender que não precisa de sacrificar a saúde, a família ou a

identidade para merecer sucesso. Sandra pretende que as mulheres com quem trabalha desenvolvam uma relação diferente com o dinheiro e, através dela, consigo próprias. Deseja que percebam que podem ser ambiciosas sem perder a sensibilidade, cuidar dos outros sem se abandonarem e procurar prosperidade sem sentirem que estão a trair as suas origens.

Através da consultoria, da mentoria e da Magnet Biz Academy, a sua academia para empreendedoras, Sandra Isabel Santos procura consolidar esta visão, aproximando o desenvolvimento pessoal das ferramentas necessárias à construção de negócios sustentáveis. O caminho que percorreu, desde a Psicomotricidade à banca e desta ao empreendedorismo, tornou-se parte da mensagem que transmite: uma trajectória profissional não precisa de permanecer inalterada apenas porque já foram investidos muitos anos na sua construção. A mudança pode exigir questionamento, coragem e disponibilidade para aprender, mas também permite redefinir prioridades e descobrir formas diferentes de contribuir. Para Sandra, o verdadeiro sinal de abundância não está apenas na capacidade de acumular dinheiro, mas na possibilidade de decidir como o ganhar, como o gerir e que lugar lhe atribuir na vida. A prosperidade que defende começa quando uma mulher deixa de medir o próprio valor pelas expectativas dos outros e passa a construir, com consciência e responsabilidade, um negócio e uma vida que reflectem quem escolheu ser.



CAMILA ANDRÉ XERINDA:

A moda como expressão de identidade, cultura e sustentabilidade



fundamente o seu percurso. A avó, as tias e as primas dedicavam-se à costura, permitindo-lhe observar de perto o trabalho realizado com os tecidos, a atenção aos detalhes e a capacidade de transformar uma ideia numa peça concreta. Foi nesse contexto que nasceu a curiosidade que, com o passar do tempo, se transformou numa paixão. O contacto com a costura não aconteceu inicialmente através de uma formação especializada, mas da observação, da prática e da vontade de aprender. De forma autodidacta, Camila foi desenvolvendo as suas competências, descobrindo possibilidades criativas e compreendendo que aquela actividade podia representar muito mais do que um passatempo. A costura tornou-se um meio de expressão pessoal, uma forma de materializar ideias e uma oportunidade para construir um caminho próprio.

Apesar da forte ligação à moda, o seu percurso académico

conduziu-a também à área da Gestão Ambiental, uma formação que contribuiu para consolidar a sua sensibilidade em relação à sustentabilidade. Esta dimensão acompanha a forma como pensa o desenvolvimento da sua marca e a responsabilidade associada à criação de peças de vestuário. Num sector frequentemente marcado pela velocidade das tendências e pela renovação constante das colecções, Camila procura valorizar uma abordagem que privilegia a simplicidade, a funcionalidade e a durabilidade estética. A sua visão parte da ideia de que uma peça não precisa de ser excessiva para transmitir personalidade e que a moda pode acompanhar a evolução do mercado sem abandonar os princípios que lhe dão sentido. A ligação entre a formação académica e a criatividade permite-lhe olhar para o vestuário não apenas como um produto comercial, mas como parte de uma actividade que exige reflexão sobre os materiais, os processos de produção e o impacto das escolhas feitas ao longo da cadeia de valor.

A moda pode ser uma forma de vestir, mas também uma maneira de contar histórias, preservar memórias e expressar a identidade de um povo. Entre tecidos, linhas e formas, existe um processo criativo capaz de transformar experiências pessoais em peças que comunicam valores, emoções e pers-

pectivas sobre o mundo. É nesta ligação entre criatividade, identidade e propósito que Camila André Xerinda, de 33 anos, natural da cidade de Maputo, tem vindo a construir o seu percurso como criadora de moda e empreendedora moçambicana. Fundadora e CEO da Kutsura, a marca através da qual procura dar forma à sua visão

estética, Camila acredita numa moda que privilegia a autenticidade, o minimalismo, o conforto e a sustentabilidade, sem perder de vista as referências culturais que fazem parte da sua história. O seu trabalho nasce de uma paixão desenvolvida desde cedo, mas representa também a vontade de transformar essa paixão numa activi-

dade profissional com identidade própria e capacidade de crescimento.

A história de Camila com a moda começou muito antes da criação da Kutsura. Crescida entre Xai-Xai e Maputo, encontrou no ambiente familiar as primeiras referências de um universo que viria a influenciar pro-





Na Kutsura, essa perspectiva encontra espaço para ganhar forma. A marca representa a vontade de Camila de construir uma identidade criativa própria, na qual as peças traduzam a sua maneira de interpretar a moda e de compreender a relação entre as pessoas, a cultura e o vestuário. A criadora define a sua identidade como uma expressão das experiências que viveu, das suas raízes e da forma como observa o mundo. Por isso, procura desenvolver criações que não se limitem à dimensão visual, mas que transmitam uma mensagem e despertem sentimentos em quem as observa ou utiliza. As memórias, as vivências humanas e a relação entre tradição e modernidade fazem parte das referências que alimentam o seu processo criativo. Para Camila, criar é também encontrar uma linguagem capaz de comunicar aquilo que, por vezes, não se consegue expressar apenas através das palavras. Cada peça representa, assim, uma oportunidade para explorar a relação entre identidade e transformação, entre aquilo que herdamos e aquilo que escolhemos construir.

A cultura moçambicana ocupa um lugar importante nesta visão. Num país marcado pela diversidade cultural, pelas tradições e por diferentes formas de expressão artística, a moda constitui um espaço de valorização da identidade nacional e de diálogo com outras referências estéticas. Camila procura conciliar essa riqueza cultural com uma linguagem contemporânea, sem transformar as tradições numa simples reprodução de elementos visuais. A sua abordagem privilegia o minimalismo, o conforto e a autenticidade, procurando criar peças actuais e versáteis que mantenham uma ligação com a sua identidade como mulher e criadora moçambicana.

Esta procura exige equilíbrio entre a inspiração e a interpretação, permitindo que as referências culturais sejam integradas de forma coerente na visão da marca. Mais do que seguir tendências de maneira automática, pretende construir uma assinatura estética reconhecível, capaz de evoluir sem perder a essência que distingue o seu trabalho.

Transformar uma paixão desenvolvida de forma autodidacta num negócio tem exigido, contudo, mais do que criatividade. A construção de uma marca implica compreender as necessidades dos clientes, organizar os processos de produção, gerir recursos, estabelecer preços e encontrar formas de tornar o projecto financeiramente sustentável. Para Camila, conciliar estas exigências com o desenvolvimento criativo foi um dos principais desafios do percurso. A liberdade de criar precisa de coexistir com a disciplina necessária para gerir uma actividade empresarial, e essa aprendizagem não acontece de um momento para o outro. É um processo que exige persistência, capacidade de adaptação e disponibilidade para reconhecer o que precisa de ser melhorado. Ao longo do caminho, compreendeu que o talento, por si só, não garante o crescimento de um negócio. É necessário investir continuamente na aprendizagem, manter o compromisso com a qualidade e aceitar que o desenvolvimento de uma marca se constrói gradualmente, através da experiência e da consistência.

As dificuldades que identifica na sua própria trajectória também ajudam a compreender os obstáculos enfrentados pelos criadores moçambicanos. O acesso limitado a matérias-primas

a preços acessíveis, as dificuldades de financiamento, os custos de produção e a falta de oportunidades de divulgação podem condicionar a capacidade de transformar talento em negócios sólidos. A estes factores junta-se a necessidade de conquistar consumidores num mercado em que os produtos internacionais ocupam um espaço significativo e onde a moda nacional ainda procura consolidar o seu reconhecimento. Na perspectiva de Camila, ultrapassar estes desafios exige uma

também pela capacidade de conquistar a confiança dos consumidores. Para Camila, as marcas nacionais precisam de demonstrar que podem oferecer qualidade, originalidade, bom acabamento e uma identidade própria. A origem de um produto não deve ser encarada como uma limitação, mas como uma oportunidade para comunicar aquilo que o distingue. Em vez de procurarem competir exclusivamente com base no preço ou imitarem referências externas, os criadores podem apostar na construção de propostas que correspondam

pel estratégico na construção e expansão das marcas. As redes sociais permitem apresentar colecções, partilhar o processo criativo, comunicar os valores da empresa e estabelecer uma relação mais próxima com os clientes. Para uma marca em desenvolvimento, estas ferramentas podem ajudar a reduzir algumas barreiras geográficas, tornando o trabalho acessível a públicos que ultrapassam o mercado local. Camila reconhece a importância desta presença digital para fortalecer a identidade da Kutsura, compreender as preferências dos consumido-



resposta que envolva diferentes intervenientes. A formação dos profissionais, a criação de plataformas de exposição, o desenvolvimento de parcerias entre marcas e a melhoria do acesso ao financiamento são medidas que podem contribuir para fortalecer o sector. A criadora considera igualmente importante que o público reconheça o trabalho e os recursos envolvidos na produção nacional, compreendendo que por detrás de cada peça existe um processo que reúne criatividade, conhecimento, tempo e dedicação.

A valorização da moda moçambicana passa, por isso,

às expectativas dos clientes e, simultaneamente, valorizem a criatividade local. A consistência da qualidade, a atenção ao atendimento e a capacidade de estabelecer relações duradouras são elementos fundamentais neste processo. Escolher uma marca nacional representa, nesta perspectiva, mais do que adquirir uma peça de vestuário: é também reconhecer o trabalho dos profissionais moçambicanos e contribuir para o desenvolvimento de uma indústria criativa com potencial para gerar oportunidades económicas.

Neste contexto, as plataformas digitais assumem um pa-

res e criar novas oportunidades comerciais. No entanto, a visibilidade precisa de ser acompanhada por uma comunicação coerente e por uma oferta capaz de corresponder às expectativas criadas. A divulgação é uma parte do processo de crescimento, mas a confiança constrói-se através da qualidade, da consistência e da experiência que a marca proporciona. Utilizadas de forma estratégica, as plataformas digitais podem aproximar a criação moçambicana de novos públicos e contribuir para que mais marcas nacionais encontrem espaço num mercado cada vez mais competitivo.

Para além dos objectivos associados ao crescimento da Kutsura, Camila deseja contribuir para o desenvolvimento da indústria criativa moçambicana. Acredita que o fortalecimento do sector depende também da colaboração entre profissionais, da partilha de experiências e da criação de oportunidades para novos talentos. A moda não precisa de ser um percurso construído de forma isolada; pode beneficiar de relações entre criadores, iniciativas conjuntas e espaços que permitam aos profissionais apresentar o seu trabalho, aprender e alcançar novos mercados. Neste sentido, o sucesso individual ganha um significado mais amplo quando contribui para abrir caminhos a outras pessoas. Camila pretende continuar a aperfeiçoar as suas criações, consolidar a identidade da marca e explorar oportunidades de expansão, levando a moda moçambicana para além das fronteiras nacionais sem perder a autenticidade que caracteriza a sua visão. A sustentabilidade continuará igualmente a fazer parte dos seus objectivos, numa procura por conciliar qualidade, conforto, identidade e uma produção cada vez mais consciente.

Às jovens que desejam transformar a criatividade numa actividade profissional, deixa uma mensagem assente na aprendizagem, na disciplina e na coragem de começar. Acredita que esperar pelas condições perfeitas pode adiar indefinidamente a concretização de uma ideia e que cada experiência, incluindo as dificuldades, pode contribuir para o amadurecimento de um projecto. A sua própria história demonstra como uma paixão cultivada no ambiente familiar pode evoluir para uma iniciativa empresarial, desde que acompanhada por dedicação, persistência e vontade de aprender. O caminho, porém, não termina com a criação de uma marca: exige capacidade de adaptação, visão de futuro e compromisso contínuo com aquilo que se pretende construir.

O percurso de Camila André Xerinda reflecte, assim, uma procura por conciliar



liar a expressão individual com a valorização da identidade moçambicana e a construção de um negócio sustentável. Da influência das mulheres da família à criação da Kutsura, a costura mantém-se como o ponto de par-

tida de uma história que cruza memória, criatividade e ambição empresarial. O seu objectivo não é apenas produzir vestuário, mas desenvolver uma marca capaz de comunicar uma visão própria e contribuir para o reconhecimento do

talento nacional. Para Camila, o futuro da moda moçambicana será construído por criadores que tenham coragem de transformar ideias em projectos, valorizar as suas raízes e demonstrar que a identidade cultural pode ser uma fonte de inovação, diferenciação e crescimento.

VALÓDIA MAFUIANE:

A força de uma mulher que faz acontecer

Aos 44 anos, Valódia Mafuiane, natural de Maputo, Moçambique, representa uma trajetória marcada pelo espírito empreendedor, pela determinação e pela vontade de transformar oportunidades em realizações concretas. Mulher de múltiplos interesses, encontra no empreendedorismo uma forma de expressar a sua criatividade, desenvolver projectos e contribuir para a vida de outras pessoas. A sua história, contudo, começa muito antes das suas próprias iniciativas empresariais: tem raízes na vida de uma mulher que, através do trabalho, da coragem e da persistência, lhe ensinou o verdadeiro significado de fazer acontecer.

Valódia descreve-se como uma pessoa alegre, divertida, optimista e apaixonada pela vida, mas também sensível e profundamente ligada aos valores do respeito e da educação. Reconhece em si uma mulher batalhadora, que não desiste facilmente perante as dificuldades e que encontra na fé uma fonte de força para continuar. Para ela, os títulos e os reconhecimentos podem valorizar o esforço realizado, mas não definem a essência de uma pessoa. A identidade constrói-se, acima de tudo, através dos princípios, das atitudes e da forma como cada um enfrenta os desafios do quotidiano.





A principal referência do seu espírito empreendedor é a mãe, Aida Fumo. Antes de conhecer formalmente o significado de empreender, Valódia já observava em casa uma mulher que transformava as necessidades em oportunidades. Aida foi costureira, vendeu peixe no Mercado Central e trabalhou

na empresa Carmo, conciliando diferentes actividades para assegurar o seu percurso. Na memória da filha permanece a imagem de uma mulher que começava o dia no mercado e seguia depois para o escritório, sem permitir que o cansaço anulasse os seus objectivos. Mais do que uma rotina de

trabalho intenso, aquela experiência representava uma lição diária sobre iniciativa, disciplina e dignidade.

A mãe ensinou-lhe que o sucesso raramente surge de forma imediata. Antes de alcançar resultados, é necessário começar, insistir e encontrar soluções mesmo quando os recursos são

limitados. A experiência como costureira, em que cada peça era construída ponto após ponto, tornou-se, na memória de Valódia, uma metáfora do próprio percurso da mãe: uma vida feita de pequenos esforços que, somados, deram origem a algo maior. Foi através dessa observação que começou

a compreender que empreender não significa apenas criar uma empresa, mas desenvolver a capacidade de agir perante as circunstâncias e construir possibilidades onde outros talvez vejam apenas dificuldades.

Mais tarde, Aida Fumo criou a sua própria empresa e conseguiu desenvolver uma organização de dimensão considerável, que apoiou a instalação de outras empresas em Moçambique. Entre as organizações que Valódia recorda estão a Vale do Rio Doce, a Odebrecht e a Rio Tinto. Para a filha, esta evolução representa muito mais do que o crescimento de um negócio: simboliza a capacidade de uma mulher que, partindo de actividades tão diferentes como a costura e a venda de peixe, conseguiu construir uma estrutura empresarial e abrir caminhos para outras organizações. Essa história tornou-se uma das maiores fontes de inspiração para o seu próprio percurso.

Ao recordar a mãe, Valódia destaca não apenas os resultados alcançados, mas também a persistência demonstrada ao longo dos anos. Aida não se acomodava, procurava novas possibilidades e tinha a coragem de recomeçar sempre que necessário. As histórias que partilhava com os filhos transportavam ensinamentos sobre trabalho, resistência e esperança. Foi assim que Valódia encontrou a sua primeira referência de liderança, muito antes de associar essa palavra ao mundo empresarial. «Aida Fumo foi a minha primeira referência de liderança, muito antes de eu conhecer essa palavra», é a ideia que resume a influência dessa herança na forma como encara os desafios.

Essa influência não significa, contudo, que Valódia pretenda reproduzir exactamente o caminho da mãe. O que procura preservar é o espírito que orientou aquela trajectória: a coragem de criar, a capacidade de reconhecer oportunidades e a determinação para transformar ideias em realidade. Aprendeu também que empreender exige discernimento, porque nem todas as oportunidades correspondem aos valores ou aos objectivos de quem as encontra. Saber escolher, reconhecer aquilo que faz sentido e ter coragem para recusar o que não se alinha com a própria visão são, na sua perspectiva, partes importantes da construção de um negócio.

É nessa lógica que se enquadra o seu trabalho em torno do Vótia Piuto, projecto que pretende desenvolver de forma diferenciada e que reúne três ramos distintos. A diversidade das áreas em que actua reflecte a vontade de explorar possibilidades, criar soluções e construir actividades com identidade própria. Para Valódia, cada projecto representa uma oportunidade de dar forma a uma ideia e gerar valor, tanto para si como para as pessoas com quem trabalha. O seu percurso evidencia, assim, uma visão do empreendedorismo que não se limita à criação de negócios, mas envolve iniciativa, responsabilidade e a procura constante de novas formas de concretizar objectivos.



Entre as áreas que integram a sua experiência está também a beleza e a estética, um sector no qual encontrou uma forma de aliar o trabalho à atenção dedicada às pessoas. A sua ligação a esta actividade nasceu do desejo de contribuir para que cada cliente se sinta bem consigo próprio. Valódia acredita que a beleza não se resume à aparência exterior, estando igualmente relacionada com a confiança, a autoestima e a forma como cada pessoa se reco-

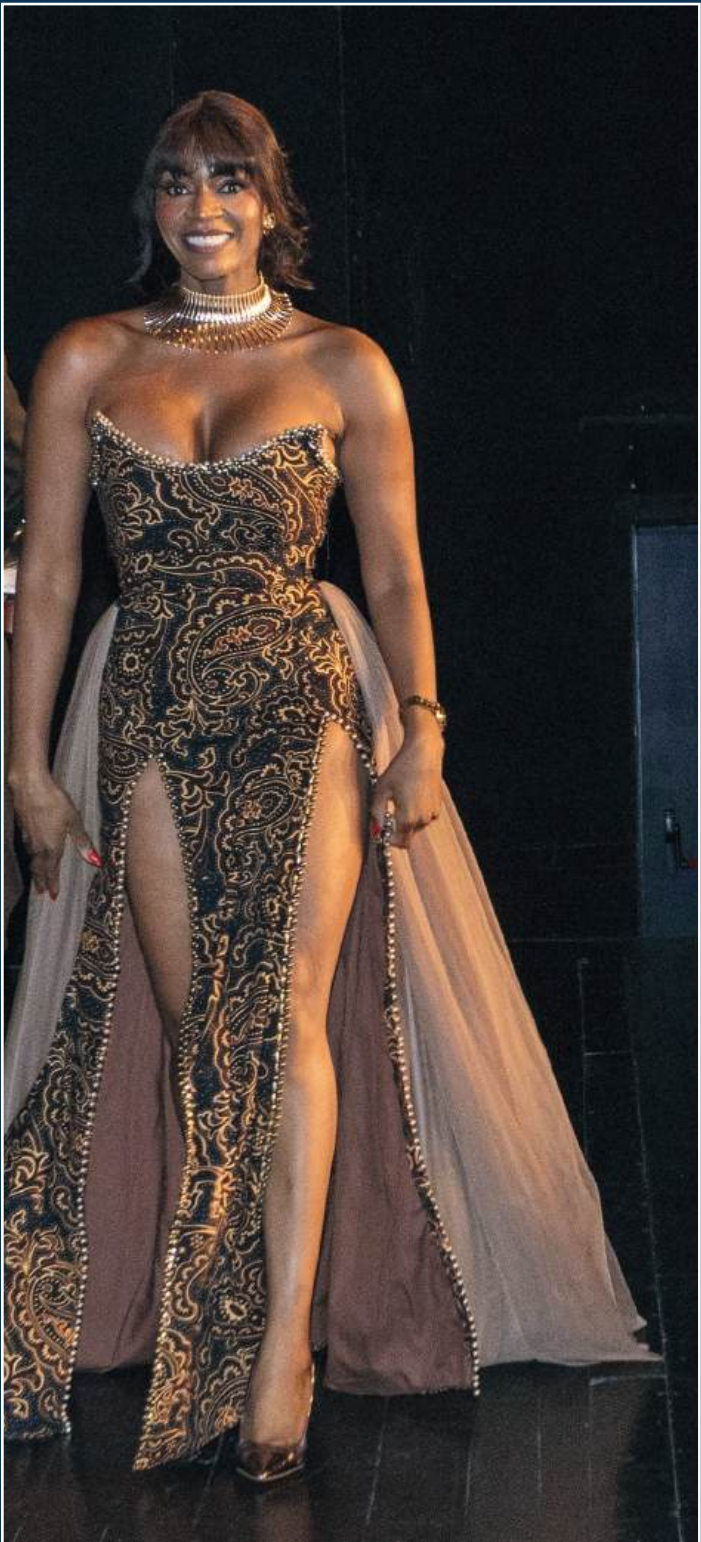
nece. Por isso, procura compreender as necessidades individuais, ouvir as expectativas dos clientes e adaptar o seu trabalho a cada situação, valorizando a naturalidade, o cuidado e a dedicação.

Nesta área, a experiência do cliente assume uma importância particular. Valódia pretende que cada pessoa se sinta acolhida, respeitada e segura ao longo do atendimento, reconhecendo que o resultado final não depende apenas

do serviço prestado, mas também da relação estabelecida. A satisfação, na sua perspectiva, nasce da conjugação entre qualidade, atenção aos detalhes e confiança. É essa possibilidade de influenciar positivamente a forma como alguém se sente que a motiva a continuar a aprender, aperfeiçoar as suas competências e procurar oferecer o melhor em cada trabalho.

Gerir projectos em diferentes áreas exige, entretanto, uma capacidade constante de organização e adaptação. Valódia reconhece que um dos maiores desafios do empreendedorismo consiste em distribuir a atenção entre várias responsabilidades sem comprometer a qualidade de cada iniciativa. Há momentos em que surgem imprevistos, decisões difíceis e situações que obrigam a rever planos. Nesses contextos, procura estabelecer prioridades, acompanhar de perto os projectos e identificar soluções, mantendo-se disponível para ajustar estratégias sempre que necessário.

Ao longo do seu percurso, aprendeu que nem tudo pode ser controlado, mas que a forma de reagir às dificuldades influencia o caminho a seguir. A organização é importante, mas precisa de ser acompanhada pela flexibilidade, pela capacidade de ouvir e pela disposição para reconhecer quando uma abordagem deve ser alterada. «Empreender não é apenas criar negócios; é assumir responsabilidades, aprender todos os dias e ter coragem para continuar, mesmo nos momentos mais difíceis», afirma, sintetizando uma aprendizagem que resulta tanto da sua experiência pessoal como das lições recebidas ao longo da vida.





A fé e o optimismo continuam a ser elementos fundamentais na forma como Valódia enfrenta os desafios. A sua determinação não significa ignorar as dificuldades, mas procurar não permitir que estas definam os limites daquilo que considera possível. Acredita na importância de trabalhar pelas oportunidades, assumir responsabilidades e manter a confiança mesmo quando os resultados não surgem imediatamente. Essa postura acompanha a influência da mãe e reforça a convicção de que a persistência, quando associada à capacidade de aprender e de tomar decisões conscientes, pode abrir caminhos para novas realizações.

Aos 44 anos, Valódia Mafuiane continua a construir a sua trajectória a partir de uma herança familiar que transformou em motivação pessoal. O exemplo de Aida Fumo permanece presente na forma como encara o trabalho, selecciona oportunidades e procura desenvolver os seus projectos. Ao mesmo tempo, a sua experiência



na beleza e na estética acrescenta uma dimensão humana ao seu percurso, mostrando que a actividade empresarial também pode ser uma forma de cuidar, valorizar pessoas e criar experiências positivas.

A sua história recorda que muitos percursos empreendedores começam muito antes da criação de uma empresa. Começam nas referências que observamos, nos valores que aprendemos e nas experiências que nos ensinam a não desistir perante as dificuldades. No caso de Valódia, essa aprendizagem

nasceu da observação de uma mãe que transformou o trabalho numa oportunidade de crescimento e deixou aos filhos um legado que ultrapassa os resultados materiais: a coragem de começar e a determinação de continuar.

Para Valódia Mafuiane, fazer acontecer é transformar a inspiração em acção, a experiência em aprendizagem e o trabalho num legado. Uma mulher que procura honrar as suas raízes enquanto constrói o próprio caminho, guiada pela fé, pela determinação e pela convicção de que cada oportunidade pode ser o início de algo maior.



FRANCIELY DOMINGUES:

Da dor à descoberta do propósito

Há histórias que não se explicam apenas pelos títulos conquistados ou pelas funções desempenhadas, mas pela capacidade de continuar a caminhar mesmo depois de enfrentar experiências que poderiam comprometer a confiança na vida, nas pessoas e em si próprio. A trajectória de Franciely Muller Domingues da Silva, conhecida pela forma como associa a espiritualidade ao desenvolvimento humano, é marcada por esse percurso de reconstrução, fé e procura de propósito. Mentora, pastora, psicoterapeuta e palestrante, apresenta-se como uma mulher que encontrou nas próprias expe-

dentro de uma ostra, que, apesar das agressões do ambiente, transforma o que a fere em algo de valor. Associa também a sua história à da fénix, símbolo de renascimento, pela capacidade de se reerguer depois de diferentes períodos de sofrimento. Para ela, a sua identidade ultrapassa qualquer designação profissional: é filha, mãe, esposa, amiga e, acima de tudo, alguém que acredita ter uma missão a cumprir. A fé ocupa um lugar central nessa forma de compreender a vida, sustentando a convicção de que a sua existência tem um propósito que procura concretizar através do serviço ao próximo.

A origem dessa



riências uma razão para se dedicar ao acompanhamento de outras pessoas.

Ao descrever-se, Franciely recorre à imagem de uma pérola formada

missão remonta à infância. Franciely relata ter sido vítima de abuso sexual e de pedofilia quando ainda era criança, experiências que a confrontaram precocemente com a crueldade humana. Num período

em que deveria encontrar protecção e segurança, teve de lidar com situações que marcaram profundamente a sua percepção do mundo. Nesse percurso, destaca o papel da mãe, a quem

atribui parte importante dos ensinamentos e da força que desenvolveu, sobretudo através da espiritualidade. É a ela que dirige um reconhecimento especial pelo apoio e pelos valores

que contribuíram para a construção da mulher que viria a tornar-se.

A fé, na sua narrativa, não surge como uma ideia abstracta, mas como uma referência que a ajudou a

enfrentar momentos de fragilidade e a procurar sentido nas experiências vividas. A ligação a Jesus Cristo e à Bíblia tornou-se parte da forma como interpreta os desafios e orienta a sua actuação.

Como pastora, procura transmitir essa visão às pessoas que acompanha, defendendo que a espiritualidade pode constituir uma fonte de esperança, reflexão e reconstrução. A sua experiência pessoal levou-a, igualmente, a olhar para a dor alheia com maior sensibilidade, reconhecendo que cada pessoa carrega uma história que nem sempre é visível para quem a observa.

Ao longo da vida, Franciely afirma ter enfrentado outras experiências dolorosas, incluindo relações afectivas difíceis, amores não correspondidos e violência doméstica. Refere ainda ter sofrido acidentes de viação, passado por internamentos hospitalares e enfrentado um traumatismo craniano. São episódios que, segundo o seu testemunho, contribuíram para uma trajectória marcada por sucessivas tentativas de reconstrução. Ao falar destas vivências, descreve-se como um milagre de Deus, expressão que traduz a importância da fé na interpretação da sua sobrevivência e da possibilidade de continuar a construir o futuro.

A partir dessa expe-

riência, desenvolveu uma compreensão particular do sofrimento humano. Franciely considera que as vivências pessoais podem influenciar profundamente a forma como cada indivíduo se relaciona consigo próprio e com os outros. Na sua perspectiva, quem encontra caminhos para trabalhar as próprias feridas pode desenvolver maior capacidade para acolher a dor alheia, enquanto as experiências não elaboradas podem reflectir-se nas relações e perpetuar comportamentos prejudiciais. Esta leitura sustenta parte da sua motivação para acompanhar pessoas que procuram recuperar a confiança, compreender as próprias emoções e reencontrar um sentido de direcção.

Embora o seu trabalho esteja especialmente ligado ao universo feminino, Franciely sublinha que as necessidades emocionais e espirituais não são exclusivas das mulheres. No acompanhamento que realiza, procura também apoiar homens, reconhecendo que a rejeição, o medo, a insegurança e as dificuldades nos relacionamentos podem afectar qualquer pessoa. A sua actuação parte da



ideia de que o sofrimento não deve ser medido pelo género, mas compreendido a partir da história e das necessidades individuais de cada ser humano.

No caso das mulheres, identifica a rejeição, a depressão, a comparação constante e as crenças limitantes entre os desafios que mais frequentemente comprometem a percepção do próprio valor. Muitas vivem condicionadas por expectativas familiares, pressões sociais ou experiências afectivas que influenciam a forma como se veem e as decisões que acreditam ser capazes de tomar. Para Franciely, o primeiro passo consiste em trabalhar a identidade, ajudando cada mulher a reconhecer quem é, a identificar as suas capacidades e a compreender que as circunstâncias vividas não precisam de determinar todo o seu futuro.

O seu método procura articular a dimensão emocional com a espiritualidade e a descoberta do propósito individual. Através do acompanhamento, pretende ajudar as pessoas a questionar crenças

que as limitam, fortalecer a confiança e encontrar novas possibilidades de acção nas esferas familiar e profissional. A intenção, explica, é que cada pessoa consiga reconhecer o próprio potencial e desenvolver uma visão mais clara do caminho que deseja seguir. O respeito ocupa igualmente um lugar essencial na sua abordagem: considera possível discordar de alguém sem desvalorizar a sua história ou comprometer a dignidade dessa pessoa.

A vocação para ensinar, segundo Franciely, também surgiu cedo. Desde criança alimentava o sonho de ser professora e reconhecia em si uma inclinação para transmitir conhecimentos. Com o tempo, essa vontade encontrou espaço na actividade pastoral, nos sermões, nas palestras e nos encontros realizados em diferentes contextos. A comunicação tornou-se, assim, uma forma de partilhar aprendizagens, provocar reflexão e incentivar mudanças. Para ela, ensinar não significa apenas apresentar respostas, mas ajudar as pessoas a olhar para si próprias, compreender os seus comportamentos e assumir maior responsabilidade pelas escolhas que fazem.



A sua reflexão sobre a sociedade actual passa também pela relação das pessoas com a informação e a tecnologia. Franciely observa que a procura de respostas rápidas, incluindo através da inteligência artificial e das redes sociais, pode afastar algumas pessoas do contacto humano e da aprendizagem transmitida entre gerações. Preocupa-se particularmente com a comparação constante, que leva muitos a avaliar a própria vida a partir das conquistas que observam nos outros. Na sua perspectiva, essa dinâmica pode alimentar sentimentos

de inadequação e fragilizar a identidade pessoal, sobretudo quando não existe espaço para conversar, pedir ajuda ou partilhar dificuldades sem receio de julgamento.

É nesse contexto que defende a importância de recuperar o diálogo, valorizar a experiência dos mais velhos e procurar orientação responsável quando surgem dificuldades emocionais. A fé continua a ser o seu principal referencial espiritual, mas a sua mensagem também aponta para a necessidade de reconhecer a complexidade das experiências humanas e de não enfrentar

o sofrimento em isolamento. A procura de ajuda, seja junto de profissionais qualificados, seja através de redes de apoio seguras, pode representar um passo importante para quem atravessa períodos de vulnerabilidade.

Olhando para o futuro, Franciely pretende ampliar o alcance da sua mensagem através da mentoria, das palestras, da actividade pastoral e da comunicação, incluindo a possibilidade de escrever livros. Quer continuar a ensinar, partilhar experiências e contribuir para que mais pessoas reconheçam o

seu valor e encontrem caminhos de transformação. O seu propósito passa por levar as aprendizagens que considera fundamentais a diferentes públicos e contextos, mantendo a espiritualidade como eixo da sua missão.

A história de Franciely Domingues não se resume aos acontecimentos difíceis que marcaram o seu passado, nem aos títulos que hoje definem a sua actividade. É também uma narrativa sobre a forma como procura atribuir significado às próprias experiências e colocá-las ao serviço de outras pessoas. Ao transformar a sua

história numa fonte de reflexão, pretende lembrar que a dor não precisa de constituir a última palavra sobre uma vida e que a reconstrução pode começar quando alguém encontra espaço para reconhecer o que viveu, procurar apoio e voltar a acreditar nas suas possibilidades.

Para Franciely Domingues, a transformação começa quando uma pessoa deixa de se definir apenas pelas feridas que carrega e começa a reconhecer o valor, a dignidade e o propósito que continuam a existir para além delas.



Feijão do Amor



*Água de
Coco Natural
Com Amor*

Nacional, Puro,
Fresco e Saudável

MAURA CAVEL:

Entre a Engenharia, a Fé e o Propósito de construir futuros

Aos 24 anos, Maura José Cavell constrói o seu percurso entre a Engenharia Civil, a fé cristã e o compromisso com o desenvolvimento humano. Natural de Maputo, Moçambique, é uma jovem mulher que procura conciliar a ambição profissional com os valores que orientam a sua vida, acreditando que o sucesso ganha maior significado quando ultrapassa as conquistas individuais e se transforma numa oportunidade de contribuir para a sociedade. A sua história reúne uma paixão pela construção que nasceu na infância, a vontade de participar no desenvolvimento do país e o interesse pela criação de oportunidades para outras jovens mulheres.

Antes de qualquer título profissional, Maura define-se como uma mulher em construção, apaixonada pela vida, pelo desporto e pela família. Irmã do meio de duas irmãs, valoriza os afectos, o tempo de qualidade e os pequenos gestos que fortalecem as relações humanas. Entre as suas paixões está também a confeitaria, particularmente a preparação de bolos para as pessoas de quem gosta, uma forma de expressar carinho e proporcionar momentos de felicidade. Para ela, a vida não deve ser medida exclusivamente pelas metas alcançadas, mas também pelas experiências e relações que lhe dão significado.

A fé cristã ocupa um lugar central na forma como interpreta a sua identidade e as possibilidades que tem pela frente. A frase que utili-

za na sua apresentação pessoal, “Becoming the woman God called me to be”, traduz a intenção de se tornar, progressivamente, a mulher que acredita ter sido chamada por Deus para ser. Mais do que uma afirmação de chegada, representa um compromisso contínuo com o crescimento, o amadurecimento e a

coerência entre as suas convicções e as suas escolhas. Como explica, não pretende apenas alcançar objectivos, mas tornar-se uma mulher íntegra, consciente do seu propósito e capaz de utilizar as suas oportunidades para fazer a diferença na vida de outras pessoas.

A relação de Maura

com a Engenharia Civil começou muito antes de conhecer formalmente a profissão. Em criança, gostava de desenhar casas com as irmãs e, sempre que lhe perguntavam o que queria ser quando crescesse, respondia com convicção: “Engenheira construtora”. A expressão ainda não correspondia à designação exacta da

profissão, mas revelava uma inclinação precoce para imaginar, desenhar e construir. O interesse era alimentado também pelo desenho animado Bob, o Construtor, que despertava ainda mais a sua curiosidade pelo universo das construções.

Uma recordação familiar, em particular,

permanece viva na sua memória. Aos oito anos, durante umas férias na praia, Maura construiu um castelo de areia de dimensões consideráveis e com um cuidado que chamou a atenção de vários turistas. A construção despertou tanta curiosidade que algumas pessoas se aproximaram para a fotografar. Entre elas estava a cantora e rapper moçambicana Ivet, que também se interessou pela obra improvisada da menina. Para os pais, aquele episódio tornou-se uma recordação especial, um sinal de que a vontade de construir não era apenas uma brincadeira passageira. Anos depois, continuam a recordar-lhe aquele momento, como se naquela construção de areia já estivesse uma parte do futuro que viria a escolher.

O caminho até à universidade, contudo, não foi inteiramente linear. Ao chegar à 12.ª classe, Maura optou pela área de Ciências com Biologia, numa fase em que procurava explorar outras possibilidades e afastar-se um pouco do desenho. Existia também a expectativa do pai de que seguisse Medicina, uma alternativa que chegou a considerar. Concluiu o ensino secundário sem ter a certeza de que regressaria ao sonho da infância. Porém, quando chegou o momento de escolher o curso universitário, voltou a sentir a vontade de estudar Engenharia Civil. Pela sua fé, interpreta esse reencontro com a vocação como uma forma de orientação divina. Assim, aquilo que começara com desenhos de casas e castelos de areia transformou-se numa escolha académica e numa perspectiva concreta de carreira.





Durante a formação, teve a oportunidade de desenvolver uma monografia centrada no dimensionamento de um viaduto para mitigar o congestionamento no cruzamento entre a Estrada Circular e a Avenida Cardeal Dom Alexandre, em Maputo. O trabalho permitiu-lhe abordar um problema real da mobilidade urbana a partir dos conhecimentos técnicos adquiridos e compreender melhor a responsabilidade associada às decisões de engenharia. Para Maura, construir não significa simplesmente erguer estruturas: implica estudar necessidades, encontrar soluções e reconhecer que cada projecto pode ter consequências directas na vida das comunidades.

A sua primeira experiência profissional foi como fiscal de obras, função que lhe proporcionou um contacto directo com a realidade do sector da construção. No terreno,

percebeu que a preparação universitária constitui apenas uma parte do percurso de um

engenheiro. A profissão exige rigor, capacidade de observação, comuni-



cação, responsabilidade e disponibilidade para aprender continuamente. Actualmente, trabalha numa empresa onde é a única mulher e também a profissional mais nova, uma realidade que encara como uma oportunidade para desenvolver competências, ganhar experiência e consolidar a sua confiança profissional.

Essa posição levou-a igualmente a reflectir sobre a representatividade feminina num sector historicamente associado aos homens. Maura considera que a presença das mulheres nas áreas técnicas deve ser encarada com naturalidade, tendo como

a Tecnologia está relacionada com vários factores, entre os quais os estereótipos de género, a escassez de referências femininas e o acesso desigual a oportunidades de aprendizagem. Defende que muitas limitações começam antes mesmo de uma rapariga ter a oportunidade de descobrir os seus interesses, sobretudo quando cresce sem contacto com mulheres que trabalham nessas áreas. Por isso, considera fundamental que famílias, escolas, universidades, empresas e organizações da sociedade civil contribuam para criar ambientes nos quais as jovens possam explorar as suas capacidades e escolher as suas carreiras sem condicionamentos associados ao género.



principais critérios a competência, o conhecimento e a responsabilidade. Em vez de procurar ser reconhecida apenas por ser mulher ou por ser a profissional mais jovem, prefere concentrar-se na qualidade do seu trabalho e na forma como assume as suas funções. “Quero que as pessoas reconheçam o meu contributo pela qualidade do meu trabalho e pela forma como assumo as minhas responsabilidades”, afirma, sublinhando que ainda tem muito para aprender, mas está determinada a construir uma carreira sólida.

Para a jovem engenheira, a reduzida participação feminina em áreas como a Engenharia, as Ciências e

“Não basta dizer às raparigas que podem ser engenheiras; precisamos de lhes proporcionar condições para que consigam imaginar-se nessa posição e tenham os meios para lá chegar”, defende. Na sua perspectiva, programas de mentoria, bolsas de estudo, actividades práticas e oportunidades de contacto com profissionais podem desempenhar um papel importante na construção de novos horizontes. Também acredita que as mulheres que já trabalham nestes sectores têm a responsabilidade de partilhar as suas experiências, incluindo as dificuldades, para que outras jovens compreendam que não precisam de começar com todas as respostas para encontrar o seu lugar.

O compromisso de Maura com a sociedade, contudo, não se limita à Engenharia Civil. A sua ligação à filantropia e ao serviço comunitário começou antes de integrar o Rotaract Maputo, organização juvenil à qual chegou através de um convite com que se identificou. Antes disso, já apoiava duas fundações e participava anualmente em iniciativas como o Natal Solidário. A entrada no Rotaract representou, assim, uma oportunidade de dar continuidade a um interesse que já fazia parte da sua vida, passando a colaborar com outros jovens unidos pela vontade de contribuir para o bem-estar colectivo.

Para Maura, a filantropia não se resume à contribuição material. Trata-se de reconhecer que a vida em comunidade implica responsabilidade e que cada pessoa pode utilizar os recursos, os conhecimentos e as oportunidades de que dispõe para beneficiar os outros. A participação em iniciativas de voluntariado permite-lhe conhecer diferentes realidades, desenvolver a empatia e aprender a trabalhar em equipa. “O que me move é a possibilidade de contribuir para algo que vá além de mim”, explica, acrescentando que o serviço comunitário constitui uma postura que deve ser cultivada ao longo da vida, e não apenas uma actividade pontual.

A sua participação no programa Shiner '26, no âmbito da Girl Move Academy, representa outra etapa deste percurso de desenvolvimento.



A experiência proporciona-lhe contacto com uma comunidade que valoriza a liderança, o crescimento feminino e a criação de oportunidades para as mulheres. Mais do que um reconhecimento, Maura encara esta participação como um convite para aprofundar o autoconhecimento, melhorar a comunicação e desenvolver competências que complementem a sua formação técnica.

Considera que uma carreira exige conhecimentos especializados, mas também capacidade de liderança, abertura à aprendizagem e sensibilidade para trabalhar com pessoas de diferentes experiências e perspectivas.

A frase que orienta a sua apresentação pessoal encontra fundamento na forma como interpreta a fé e o propósito. Maura identifica-se com passagens bíblicas como Jeremias 1:5, que destaca o conhecimento de Deus antes do nascimento, e Efésios 2:10, que associa a existência humana à realização de boas obras. Para ela, estas referências recordam que os dons e as capacidades individuais não devem servir apenas à realização pessoal, mas também à construção de algo que beneficie outras pessoas. Acredita que descobrir o propósito não significa esperar passivamente que as oportunidades apareçam, mas desenvolver os próprios talentos, preparar-se e agir com responsabilidade.

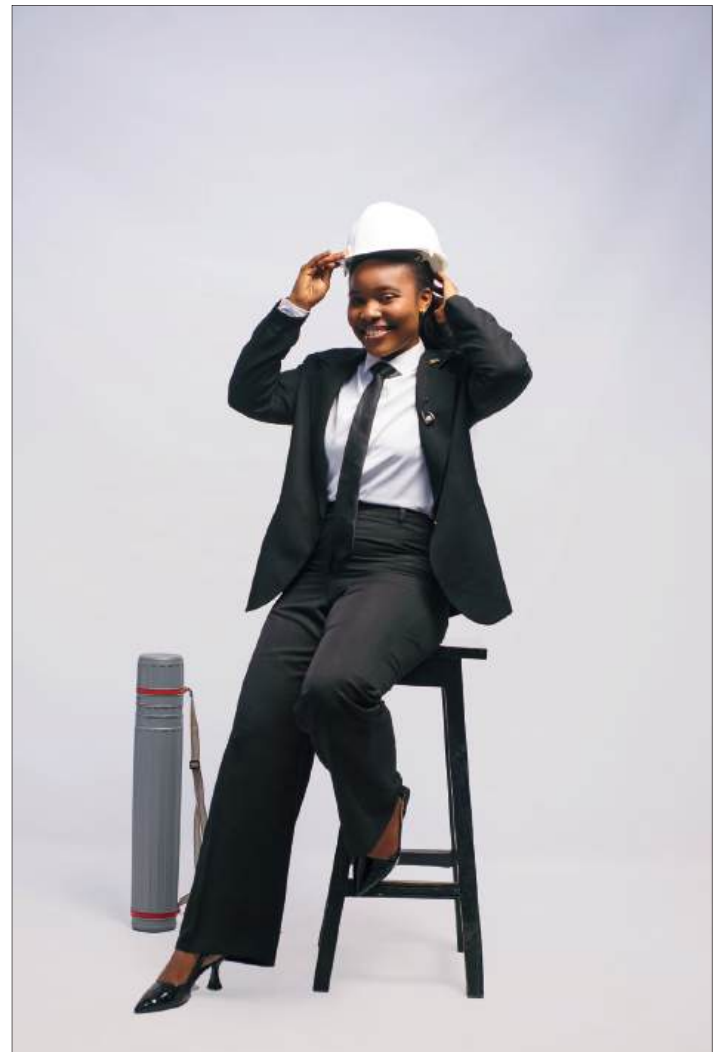
“Não se trata de afirmar que já sou a mulher que desejo ser, mas de reconhecer que estou num processo de transformação, crescimento e amadurecimento”, explica, ao reflectir sobre o significado de se tornar a mulher que acredita que Deus a chamou para ser. Esta perspectiva acompanha a forma como enfrenta a incerteza e define os seus objectivos. Embora tenha ambições profissionais e deseje assumir responsabilidades cada vez maiores, procura não medir o seu

valor apenas pelos resultados ou pela rapidez com que alcança determinadas metas. A fé ajuda-a a respeitar o seu próprio ritmo e a compreender que pedir orientação, reconhecer limites e aprender com os erros também fazem parte do crescimento.

Conciliar a carreira, o

feminino, criando referências e oportunidades para que outras jovens possam descobrir as suas capacidades e perseguir as suas ambições.

Daqui a dez anos, espera olhar para trás e reconhecer que o seu percurso produziu resultados concretos, tanto na profissão como na comunidade. Não ambiciona apenas ocu-



voluntariado, a família, o desporto e a vida espiritual exige organização e capacidade para estabelecer prioridades. Maura reconhece que nem todas as oportunidades precisam de ser aproveitadas ao mesmo tempo e que saber dizer não também é uma forma de gerir responsabilmente a própria vida. O voleibol, que praticou a nível competitivo pelo Clube da Apolitécnica, onde conquistou títulos e recebeu distinções, continua a fazer parte do seu quotidiano através da modalidade de praia. Embora já não jogue profissionalmente, encontra no desporto uma fonte de equilíbrio, liberdade e ligação consigo própria. É mais uma dimensão de uma identidade que procura preservar para além das exigências da carreira.

Olhando para o futuro, Maura deseja participar em projectos de Engenharia Civil que respondam às necessidades de Moçambique, contribuindo para infra-estruturas mais seguras, funcionais e sustentáveis. Pretende desenvolver competências técnicas e de liderança, assumir responsabilidades crescentes e construir uma reputação assente na qualidade do trabalho e na integridade das decisões. Paralelamente, quer continuar envolvida em iniciativas que promovam o desenvolvimento

par uma posição de destaque, mas participar em projectos relevantes, ajudar a resolver problemas e contribuir para que outras pessoas encontrem oportunidades que antes pareciam distantes. Para ela, o impacto pode começar numa conversa, numa oportunidade partilhada, num projecto bem executado ou no incentivo que leva uma jovem a acreditar que também pode seguir uma carreira na Engenharia.

A história de Maura Cavell é a de uma jovem que regressou ao sonho da infância e procura transformá-lo numa contribuição para o país. Entre a fé que orienta as suas escolhas, a Engenharia que lhe permite dar forma às ideias e o voluntariado que amplia a sua visão da sociedade, está a construir um caminho no qual ambição e responsabilidade não se excluem. Ainda tem muito para aprender, mas sabe que tipo de profissional e de mulher deseja tornar-se: alguém que cresce sem perder a essência e que reconhece, em cada oportunidade, a possibilidade de construir algo com significado.

Porque, para Maura Cavell, construir o futuro não significa apenas erguer estruturas, mas também criar oportunidades, inspirar outras jovens e deixar uma marca positiva nas vidas que o seu percurso vier a tocar.



SIMÕES ADELINO DA FONSECA JÚNIOR:

Transformar criatividade em marcas, experiências e negócios

Aos 28 anos, Simões Adelino da Fonseca Júnior, moçambicano natural de Maputo, constrói um percurso profissional que cruza música, marketing, branding e produção de eventos. Empreendedor e fundador e CEO da Insónia Eventos, tem procurado transformar a sua paixão pela criatividade numa actividade empresarial estruturada, capaz de criar experiências, fortalecer marcas e abrir oportunidades no sector criativo moçambicano. A sua trajetória reflecte uma visão que vai além do entretenimento: a convicção de que, quando aliada à estratégia e à capacidade de execução, a criatividade pode tornar-se uma ferramenta de negócio e desenvolvimento.

A sua história profissional começou em 2014, quando deu os primeiros passos como DJ. Na altura, a música representava uma oportunidade de expressão e de contacto directo com o público, permitindo-lhe conhecer por dentro a dinâmica do entretenimento. Com o tempo, essa experiência despertou-lhe o interesse por outras dimensões do sector, sobretudo a promoção, a organização e a produção de eventos. A proximidade com artistas, públicos e diferentes intervenientes do mercado ajudou-o a compreender que o sucesso de uma experiência não depende apenas do que acontece em palco, mas também de todo o trabalho de preparação, comunicação e posicionamento que a antecede.

Foi nesse processo

que Simões começou a olhar para o marketing e o branding como instrumentos essenciais para transformar ideias em projectos consistentes. Percebeu que a realização de um evento exige muito mais do que uma boa selecção musical ou um espaço adequado: implica construir um conceito, definir uma identidade, conhecer o público e criar uma comunicação capaz de

despertar interesse. Essa compreensão alargou a sua visão profissional e contribuiu para o desenvolvimento do seu espírito empreendedor, levando-o a procurar formas de integrar diferentes competências numa estrutura empresarial própria.

A criação da Insónia Eventos surgiu dessa vontade de unir criatividade, estratégia e execução. A

empresa actua nas áreas do marketing, branding e produção de eventos, procurando desenvolver soluções que aproximem marcas, pessoas e experiências. Na liderança do projecto, Simões assume o desafio de transformar ideias em iniciativas concretas, com objectivos definidos e potencial para gerar valor. A sua intenção é que a Insónia Eventos não seja vista apenas como uma empresa ligada à

organização de festas ou espectáculos, mas como uma estrutura capaz de responder a diferentes necessidades de comunicação e posicionamento empresarial.

A experiência como DJ continua, entretanto, a fazer parte da sua identidade. Simões define a sua abordagem musical pela versatilidade, energia e capacidade de interpretar o público. Para si, a música

exige sensibilidade para compreender o ambiente, perceber as reacções das pessoas e adaptar a selecção musical a cada momento. O objectivo é proporcionar experiências que ultrapassem a simples reprodução de canções, criando ambientes de emoção, conexão e partilha. A autenticidade, considera, é indispensável para estabelecer uma relação genuína com quem está do outro lado.



Esta ligação directa ao público também contribuiu para a forma como encara a produção de eventos. Ao longo do seu percurso, foi compreendendo que cada iniciativa envolve diferentes expectativas e responsabilidades. Um evento pode representar entretenimento para o público, uma oportunidade comercial para uma marca, uma plataforma de visibilidade para um artista ou um espaço de relacionamento para empresas e instituições. Reunir estes interesses exige capacidade de planeamento e uma visão clara sobre o propósito de cada projecto.

Entre os desafios mais exigentes do sector, Simões destaca o equilíbrio entre os custos de produção, a captação de patrocínios, a divulgação e as expectativas do público. Num mercado competitivo, a viabilidade de um evento depende da capacidade de negociar, estabelecer parcerias e gerir os recursos disponíveis sem comprometer a qualidade da experiência. Como observa, o trabalho começa muito antes do dia da realização: é necessário definir um conceito, construir uma identidade, desenvolver uma estratégia de comunicação e assegurar que cada etapa contribui para o resultado pretendido.

A sua abordagem evidencia uma preocupação com a profissionalização do sector. Para Simões, a criatividade é um ponto de partida, mas não garante, por si só, a sustentabilidade de um projecto. É necessário compreender os custos, planejar os recursos, estabelecer objectivos e avaliar o valor que a iniciativa pode gerar para os diferentes intervenientes. Essa perspectiva acompanha também a sua visão sobre o marketing e o branding, áreas que considera determinantes para a diferenciação e o crescimento de qualquer negócio.

Na sua leitura do mercado, muitos empreendedores concentram-se na venda de produtos ou na realização de eventos, sem atribuírem a devida importância à construção da marca. No entanto, uma identidade consistente permite comunicar melhor o valor de uma oferta, criar reconhecimento e estabelecer relações duradouras com o público. “Não basta ter um bom produto ou organizar um bom evento; é necessário saber posicioná-lo, comunicar o seu valor e proporcionar uma experiência que leve o público a identificar-se



com a marca”, defende. A consistência entre aquilo que uma marca promete e a experiência que proporciona é, na sua perspectiva, essencial para conquistar confiança e produzir resultados a longo prazo.

A Insónia Eventos representa, neste contexto, uma oportunidade para aplicar essa visão de forma integrada. Ao reunir marketing, branding e produção de eventos, Simões preten-

de desenvolver projectos que não se limitem à execução de uma actividade isolada, mas que contribuam para o fortalecimento das marcas e para a criação de novas relações comerciais. A sua experiência no entretenimento permite-lhe compreender a importância da experiência do público, enquanto os conhecimentos de marketing e posicionamento ajudam a estruturar os projectos em função de objectivos mais amplos.



Quando olha para a indústria criativa moçambicana, identifica um potencial significativo para artistas, DJs, promotores e jovens empreendedores. A expansão das plataformas digitais, as parcerias com empresas e as possibilidades de internacionalização podem criar novos caminhos para os talentos nacionais. Contudo, considera que esse potencial precisa de ser acompanhado por uma maior aposta na formação em gestão, negociação e planeamento financeiro. Para construir uma carreira sustentável, explica, o talento deve ser acompanhado pela capacidade de profissionalizar a própria marca, diversificar as fontes de rendimento e compreender as exigências do mercado.

Esta preocupação reflecte uma visão que ultrapassa os interesses da sua própria empresa. Simões acredita que a profissionalização da indústria criativa pode contribuir para transformar capacidades individuais em negócios sustentáveis, gerar emprego e ampliar o reconhecimento dos profissionais moçambicanos. Para isso, considera importante fortalecer as relações entre artistas, empresas, marcas e instituições, criando condições para que os projectos criativos tenham maior continuidade e acesso a oportunidades comerciais.

O percurso, porém, também tem sido marcado por desafios. Transformar ideias em projectos concretos, gerir expectativas e conquistar espaço num mercado competitivo exige resiliência e capacidade de adaptação. Simões reconhece que nem todas as iniciativas decorrem como planeado e que cada experiência pode trazer aprendizagens importantes. Para lidar com a pressão, procura manter o foco nos objectivos, tomar decisões estratégicas e acompanhar as mudanças do sector. A aprendizagem contínua assume, assim, um papel importante na sua forma de trabalhar, permitindo-lhe rever abordagens e procurar soluções sem perder a identidade que orienta os seus projectos.

A sua ambição para os próximos anos passa por consolidar a Insónia Eventos como uma referência nas áreas em que actua, através do desenvolvimento de projectos relevantes e da criação de oportunidades para novos talentos. Pretende também expandir a sua intervenção para diferentes sectores, reforçando a ligação entre marcas, artistas, empresas e instituições. Mais do que aumentar a dimensão da empresa, procura contribuir para um mercado em que a criatividade seja reconhecida como uma actividade econó-



mica capaz de gerar valor, estimular parcerias e produzir resultados concretos.

Aos 28 anos, Simões Adelino da Fonseca Júnior encontra-se num percurso de construção e afirmação empresarial, no qual a experiência adquirida desde os primeiros anos como

DJ se cruza com uma visão cada vez mais estratégica do mercado. A música abriu-lhe as portas do entretenimento; o marketing e o branding ampliaram a sua compreensão sobre marcas e públicos; e o empreendedorismo deu-lhe a oportunidade de reunir essas aprendizagens num projecto

próprio. O desafio agora consiste em transformar essa experiência numa estrutura sólida, capaz de crescer e acompanhar a evolução da indústria criativa.

Para Simões Adelino da Fonseca Júnior, o futuro da indústria criativa moçambicana depende da capacidade de

transformar talento em estratégia, ideias em negócios e experiências em oportunidades sustentáveis. É nessa convergência entre criatividade e visão empresarial que procura construir o seu nome e afirmar a Insónia Eventos como parte activa da evolução do sector em Moçambique.