



# Corporate

magazine



**“É urgente sensibilizar os jovens para a importância de ter uma boa higiene do sono”**

**Edite Oliveira – Psicóloga,  
Doutorada em Psicologia  
da Educação**

**SAÚDE MENTAL:**

A importância da qualidade do sono

**JUSTIÇA:**

Dia do Advogado

**INOVAÇÃO:**

Criatividade e energia contagiante

**MULHERES**

**INSPIRADORAS:**

Novas ideias e conceitos

ABERTO TODO O ANO - OPEN ALL YEAR

# ZOO DE LAGOS



 FOLLOW US  
ZOO DE LAGOS

[WWW.ZOOLAGOS.COM](http://WWW.ZOOLAGOS.COM)

CT

CLAUDETE TEIXEIRA

— ADVOGADOS —



[www.claudeteiteixeira.com](http://www.claudeteiteixeira.com)



# MADE PORTUGAL

## EDITORIAL

De entre os muitos “dias de” que se assinalam anualmente, e que servem de pretexto para lembrar causas, ideias, valores e também de alerta para várias injustiças e problemas do mundo, o Dia do Autor Português passou quase despercebido. Assinala-se dia 22 de maio, desde 1982, e lembra-nos que sem autores, todas as páginas em branco continuariam a ser apenas isso, pedaços de papel.

Vivemos num tempo em que é muito fácil violar os direitos de autor, pensar que tudo o que se encontra “por aí”, na Internet, está à nossa disposição para utilizar como se fosse nosso. Ao desrespeitar-se os autores e o seu trabalho contribui-se para que a qualidade seja cada vez mais nivelada por baixo.

A propósito, uma das frases mais citadas, cujo significado nos remete metaforicamente para o percurso da vida é “o caminho faz-se caminhando”, do poeta sevilhano António Machado. Originalmente, em espanhol: “se hace camino al andar”. Porque na vida, como em muitas viagens, o que realmente conta é o trajeto e o que fazemos dele.

Também num editorial, mas noutro contexto, já tinha abordado esta frase emblemática, ciente de que poucas ideias são tão libertadoras como a de nos fazermos à estrada. Mais ainda quando o destino pensado inicialmente se desvia por caminhos mais lentos, onde podemos fruir da natureza e das pessoas que por lá encontramos.

Lembro por isso, novamente, Bertha Benz, a mulher que, em 1888, percorreu 106 quilómetros entre Mannheim e Pforzheim, na Alemanha, ao volante de um Benz Patent-Motorwagen 3. O marido inventou o automóvel moderno e ela mostrou que havia futuro para essa indústria, ao arrepio do ceticismo da altura. Foi a primeira viagem de longo curso de sempre de que há registo feita por um automóvel, sendo por isso Benz considerada a “mãe das roadtrips”. Num vídeo disponível no YouTube, a Mercedes diz que Bertha Benz “forjou a estrada à frente para a pavimentar para todos nós”.

E é de carro, mota ou até de bicicleta que nos associamos ao convite que o Turismo do Porto e Norte lança, nesta nossa edição, para percorrer algumas das estradas mais bonitas do país, a começar pela Nacional 103 que liga o litoral minhoto ao interior transmontano. Nesse artigo, lembram que “esta magnífica estrada” está “descrita em grande parte no livro ‘Viagem a Portugal’ do Prémio Nobel da Literatura, José Saramago”.

Grandes autores, criadores de mundos, para grandes caminhos. 

## SAÚDE MENTAL: A IMPORTÂNCIA DO SONO

**6** EDITE OLIVEIRA

## SAÚDE: DIA MUNDIAL DO MÉDICO DE FAMÍLIA

**10** CLÁUDIA BERNARDO

## JUSTIÇA: DIA DO ADVOGADO

**11** FERNANDA DE ALMEIDA PINHEIRO: BASTONÁRIA AO

**12** CLAUDETE TEIXEIRA

**15** GONÇALVES, VALENTE & ASSOCIADOS

**16** VANESSA NAVARRO

**17** LUDIMILA POIRIER

## INOVAÇÃO

**19** IVY BRAND AGENCY

## CULTURA NO LOCAL DE TRABALHO

**24** AGOVI

## TURISMO

**29** TURISMO PORTO E NORTE: ENI03

## TURISMO DE NATUREZA

**32** PASSADIÇO DO BARRANCO DO DEMO (JF ALFERCÉ)

## EDUCAÇÃO

**36** PLATAFORMA NAU (FCCN)

## ENSINO SUPERIOR

**38** UNIVERSIDADE DE SÃO JOSÉ

## MULHERES INSPIRADORAS

**40** SÓNIA MELO – CHEZ SÓNIA

## ARQUITETURA, DESIGN E DECORAÇÃO

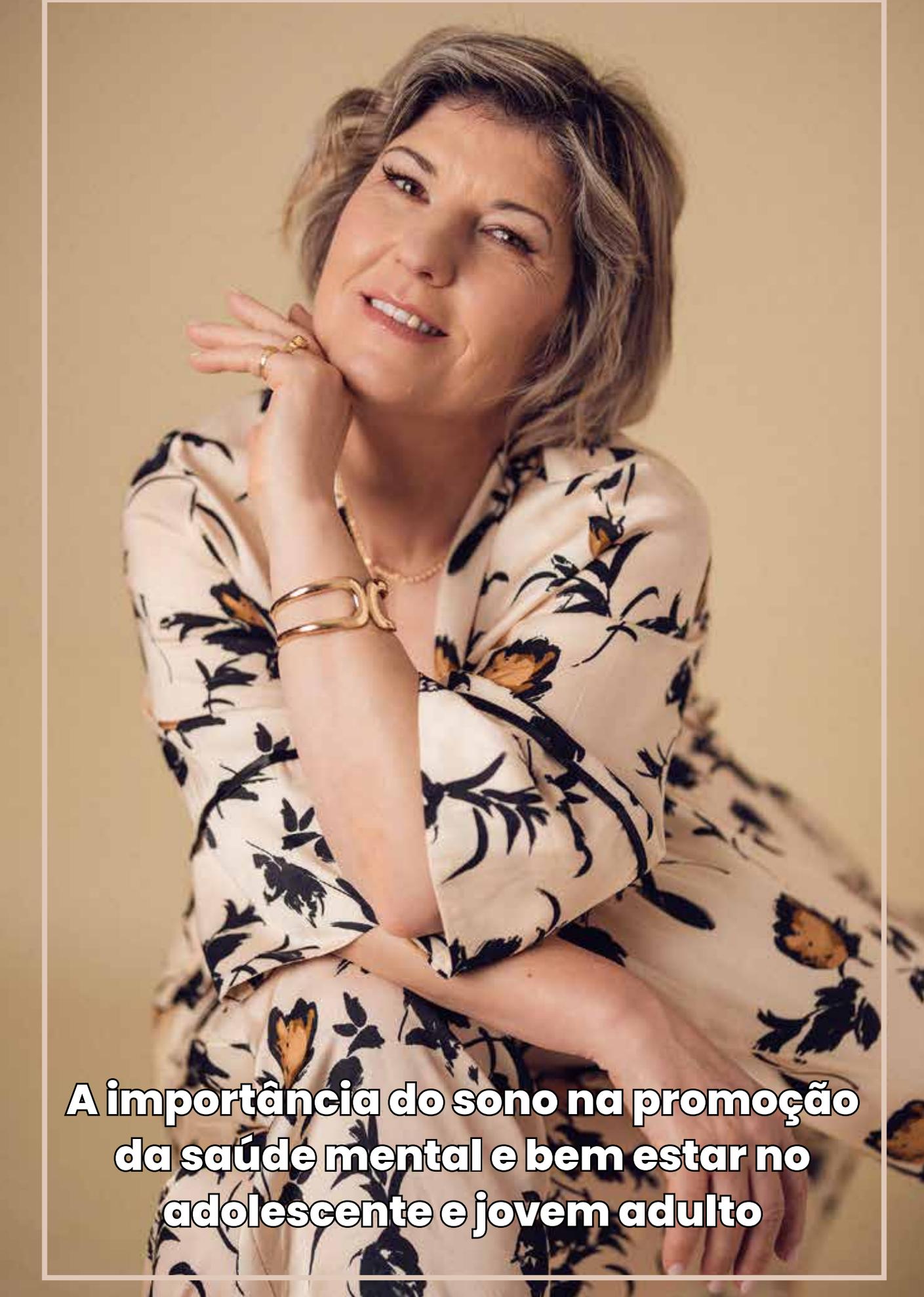
**42** MOB COZINHAS

## IN & OUT

**46** ZOOMARINE

### FICHA TÉCNICA

Propriedade Litográfis – Artes Gráficas, Lda. Sede/Editor Litográfis Park, Pavilhão A, Vale Paraíso 8200-567 Albufeira NIF 502 044 403 Conselho de Administração Sérgio Pimenta Participações sociais Fátima Miranda; Diana Pimenta; Luana Pimenta (+5%) Assessora de Administração Carla Rodrigues Diretor João Malainho Gestores de Comunicação Goreti Vieira; Sérgio Dinis; Eugénia Magalhães, Bruno Santos Diretor Editorial João Malainho Jornalistas Ruben Marques; Ana Capelo Designer Gráfico Departamento Criativo Litográfis Redação e Publicidade Rua Professora Angélica Rodrigues, n.º 17, sala 7, 4405-269 Vilar do Paraíso | Vila Nova de Gaia E-mail geral@incorporateagency.pt Site www.incorporatemagazine.pt Periodicidade Mensal Tiragem 25.000 exemplares Estatuto Editorial Disponível em www.incorporatemagazine.pt Impressão Litográfis – Artes Gráficas, Lda. Depósito Legal 455204/19 N.º. Registo ERC 127355 maio 2024



**A importância do sono na promoção da saúde mental e bem estar no adolescente e jovem adulto**

Edite Oliveira, psicóloga e professora universitária, conduz-nos por uma análise profunda sobre o sono, e a sua ligação à boa saúde física e mental. Deixa alguns alertas para os efeitos nocivos que alguns comportamentos, sobretudo dos mais jovens, provocam na qualidade do sono e, conseqüentemente, no desempenho académico e profissional. Dá-nos ainda algumas sugestões do que fazer para melhorar o nosso ritmo diário, o que se traduzirá no enriquecimento das nossas relações interpessoais e no aumento geral do nível de bem estar e saúde mental.

## Sono: uma necessidade biológica

O sono é uma necessidade biológica, responsável pela restauração física e mental do desgaste do dia-a-dia. Sendo um estado de recuperação de energia física e mental torna-se essencial para todas as pessoas. Neste sentido, a má qualidade de sono pode ter conseqüências negativas não só a nível físico mas sobretudo a nível mental. Assim, do ponto de vista das conseqüências físicas assistimos ao aumento do índice de massa corporal, contribuindo para o aparecimento de obesidade e diabetes, diminuição do sistema imunitário, aumento de doenças respiratórias ou alérgicas e doenças cardiovasculares. Do ponto de vista de saúde mental e cognitivo verificamos um aumento da sensação de estados afetivos negativos, menor concentração, dificuldades de memória e conseqüentemente pior rendimento académico e profissional. Por isso, a saúde física e mental ligam-se a uma boa qualidade do sono. Assim sendo, as pessoas saudáveis usufruem de benefícios de uma boa qualidade de sono nos aspetos biológicos, psicológicos, emocionais, intelectuais e sociais, adquirindo satisfação e melhor rendimento no trabalho, na escola e nas atividades de lazer, contribuindo assim para uma melhor qualidade de vida. É na adolescência que um padrão de sono adequado assume o papel poderoso de produzir a hormona do crescimento (GH), permitindo aos jovens o desenvolvimento físico, a maturação sexual e a transição da identidade infantil para a identidade adulta. Neste período ocorrem alterações biológicas que afetam os padrões de sono, verificando-se uma diminuição no tempo do sono, o que justifica, em muitos casos a adoção de um comportamento de vespertinidade nos adolescentes e jovens adultos. Dado que justifica que os jovens têm dificuldade em manter a regularidade do ciclo vigília-sono, não satisfazendo as necessidades de sono e também não conseguindo responder às atividades sociais e familiares exigidas nesta fase das suas vidas.

## Teorias explicativas do sono

Existem várias teorias que explicam os efeitos de privação do sono, destacamos aqui duas por nos parecerem ser as mais relevantes, a Teoria da Restauração do Organismo e a Teoria da Conservação da Energia ou Adaptação. De acordo com a

Teoria da Restauração do Organismo, o sono é fundamental para restaurar todo o organismo, quer ao nível físico quer ao nível mental. Esta teoria baseia-se no facto de que durante o sono NREM existe um aumento de anabolismo proteico de algumas hormonas como a do crescimento e da testosterona. Já no sono REM concluímos que está principalmente relacionado com a restauração de funções cognitivas, ideia que é reforçada pelo aumento do sono REM intrauterino e durante a infância, em que há um grande desenvolvimento cerebral. Esta teoria explica por que motivo os sintomas de privação de sono parcial, contínua e total têm ao mesmo tempo implicações físicas e intelectuais, independentemente da idade. O sono é também restaurador de funções cognitivas, uma vez que o sono REM tem uma função de desenvolvimento nos processos de memorização, devido à intensa atividade dos neurónios do sistema límbico e cortical durante esta fase do ciclo, por este aspeto após uma boa noite de sono todos os conteúdos aprendidos na véspera ficam retidos. A fase de sono REM aumenta igualmente o processo criativo. De acordo com a Teoria da Conservação da Energia, a energia física e mental gastas durante o dia seriam compensadas por uma diminuição do consumo de energia durante a noite. Relativamente à duração do sono, existe uma variabilidade quer do número médio de horas necessárias de sono, quer da estrutura do próprio sono ao longo da vida, facto que decorre da maturação cerebral mas igualmente da diversidade das diferenças individuais.

## Fisiologia do sono

No que à fisiologia do sono diz respeito encontramos vários estádios ou fases do sono.

Assim, a fase de sono NREM (Não Movimentos Rápidos dos Olhos), que é uma fase caracterizada pela transição entre a vigília e o sono, na qual há uma diminuição da atividade cerebral e relaxamento muscular. É um estágio de sono leve, no qual a atividade cerebral é marcada por padrões de ondas com os complexos K. De seguida assistimos a outra fase, caracterizada por sono de ondas lentas, que constitui um estágio mais profundo do sono, no qual ocorre a restauração física e a consolidação da memória. Depois, passamos para a fase de sono REM (Movimentos Rápidos dos Olhos), durante esta fase, a atividade cerebral assemelha-se à vigília, ocorrendo sonhos intensos e movimentos rápidos dos olhos. A maioria

—  
“O sono é também restaurador de funções cognitivas, uma vez que o sono REM tem uma função de desenvolvimento nos processos de memorização (...) por este aspeto após uma boa noite de sono todos os conteúdos aprendidos na véspera ficam retidos”  
—



dos músculos fica temporariamente paralisada, exceto os responsáveis pela respiração e pela função ocular. Durante a noite passamos por vários ciclos de sono, começando com estágios de sono NREM mais longos e profundos, seguidos por períodos de sono REM que se tornam, também, mais longos à medida que a noite avança. O sono é influenciado por vários processos neuroquímicos incluindo o sistema de monoaminas (serotonina, dopamina e noradrenalina) e o sistema de hipocretina, de orexina, responsável pela regulação da vigília e do sono REM.

## Cronobiologia do sono

No que respeita a cronobiologia do sono, podemos referir que o seu ritmo circadiano é um ciclo biológico de aproximadamente 24 horas que regula uma série de processos fisiológicos, incluindo os padrões de sono e vigília. O principal controlador do ritmo circadiano é o núcleo supraquiasmático (NSQ), localizado no hipotálamo que recebe informação sobre a luz ambiente através dos olhos. À noite quando a luz diminui, o NSQ não é mais inibido, o que desencadeia a liberação de melatonina pela glândula pineal, induzindo o sono. Para além da luz, outros fatores podem influenciar o ritmo circadiano e consequentemente os padrões de sono, incluindo a alimentação, por exemplo refeições pesadas antes de dormir podem interferir no sono assim como o álcool e a cafeína. O exercício físico regular pode igualmente promover um sono mais profundo e reparador. O stress crónico e as alterações emocionais podem desregular os ritmos circadianos, resultando em problemas para dormir e problemas de saúde. Temos assistido a um aumento de perturbação do sono nos adolescentes e jovens adultos, situado na ordem dos 30% para situações de insónias quer sejam iniciais ou intermédias.

## Alterações do sono na adolescência e adultícia

Atualmente as alterações de sono na adolescência e adultícia são fator de preocupação na saúde mental desta faixa etária, uma vez que assistimos a um agravamento considerável das condições de bem estar e saúde mental provocadas essencialmente por desregulação e privação do sono. Verificamos que as alterações de sono nestas fases de vida são promovidas por vários fatores, nestas idades assistimos a mudanças hormonais e cerebrais consideráveis, estas mudanças podem por si só alterar o ritmo de vigília-sono. Encontra-se com frequência o ritmo circadiano desregulado, normalmente adolescentes e jovens adultos desregulam o seu ritmo circadiano por preferirem deitar-se mais tarde e levantar também mais tarde, o que muitas vezes entra em conflito com os horários escolares e outras responsabilidades, conduzindo a hábitos de sono irregulares. O uso excessivo de tecnologia como “smartphones”, computadores e videojogos antes de dormir pode interferir na qualidade do sono. Por outro lado, a exposição à luz azul emitida por estes dispositivos eletrónicos pode contribuir para

suprimir a produção de melatonina, hormona responsável pela regulação do sono. Por vezes, estes jovens e adultos são confrontados com pressões sociais e académicas, principalmente em alguns contextos familiares mais rígidos ou em grupos de pares, mas também em cursos cuja carga horária, volume de trabalho e exigências académicas levam os estudantes a optar por trabalhar pela noite dentro, suprimindo horas de sono. A alimentação e o exercício físico nem sempre estão regulados, acabando por se apresentar com falhas vitamínicas ou outras. Em compensação assistimos a consumos excessivos de café e álcool. As rotinas da vida diária são por isso alteradas, nomeadamente com a entrada na universidade e saída da casa dos pais emergem comportamentos novos de experimentação de substâncias e vivências de novas relações e interações sociais. Ter em conta que estamos perante um desenvolvimento cerebral significativo que potencia estes comportamentos de descoberta. As saídas noturnas, o estudar pela noite dentro, o pouco cuidado com alimentação e falta de exercício físico são fatores que interferem significativamente na qualidade e higiene do sono e vice-versa.

As alterações do sono e privação do mesmo impactam a vida destes jovens e adultos a vários níveis, provocando uma sonolência diurna excessiva. É frequente encontrar situações de irritabilidade e mudanças frequentes do humor, depressão e ansiedade. Igualmente dificuldades de concentração e memória de curto e médio prazo, afetando também a capacidade de aprendizagem, receção e retenção da informação o que leva à diminuição e produção cognitivas, incluindo um decréscimo da capacidade de resolução de problemas, da tomada de decisão e do raciocínio lógico. Diminuem, da mesma forma a velocidade de processamento e de pensamento. A capacidade criativa e de iniciativa ficam igualmente comprometidas. Por outro lado, podemos encontrar alterações do comportamento alimentar conduzindo à procura de alimentos ricos em açúcar e gorduras. Desta forma, este consumo conduz ao aumento de peso e desregulação hormonal. Interfere, na regulação do humor e dificuldade de gestão emocional. Face ao exposto, recomenda-se alguns cuidados para uma boa higiene do sono, estabelecer uma rotina de sono, deitar e acordar sempre à mesma hora, incluindo o fim de semana; criar um ambiente propício ao sono, mantendo o quarto escuro, fresco e silencioso. Afastar aparelhos eletrónicos do quarto ou outro tipo de ruído; evitar consumo de cafeína ou álcool antes de deitar bem como refeições pesadas; praticar técnicas de relaxamento como respiração profunda, meditação ou ioga para preparar o corpo para dormir reduzindo o stress.

Torna-se urgente sensibilizar estes jovens para a importância de ter uma boa higiene do sono. Pedra angular para melhorar o desempenho académico, enriquecer as relações interpessoais e aumentar o nível de bem estar e saúde mental. 

*Edite Oliveira - Psicóloga, Doutorada em Psicologia da Educação*

—  
**“O exercício físico regular pode igualmente promover um sono mais profundo e reparador. O stress crónico e as alterações emocionais podem desregular os ritmos circadianos, resultando em problemas para dormir e problemas de saúde”**  
—



# “Sou Médica de Família por escolha! Sou Médica de Família por paixão!”

No âmbito da comemoração do Dia Mundial do Médico de Família, assinalado a 19 de maio, a Médica Cláudia Bernardino Bernardo partilha a sua experiência profissional e reflete sobre a importância da Medicina Geral e Familiar.

**Considerando os desafios que o Sistema Nacional de Saúde atualmente enfrenta, quais são as maiores adversidades que os Médicos de Família encontram na prestação de cuidados de saúde primários?**

O principal, e mais preocupante, desafio que um Médico de Família encontra é a falta de tempo efetivo na consulta ao utente. Cabe aos médicos, além de tratar doenças, prevenilas, e isso passa pela consciencialização, seja ela alimentar, comportamental, familiar ou interpessoal. O modelo atual dos cuidados de saúde primários (CSP) passa por trabalhar numa Unidade de Saúde Familiar (USF), com um grande número de utentes em lista, cumprir indicadores e ganhar em função da produção, tendo ainda de lidar com todas as burocracias inimagináveis associadas. Fico triste por ainda ter trabalhado no método tradicional que, comparando com o presente ato médico, está a ficar desvirtualizado.

**De acordo com a Associação Portuguesa de Medicina Geral e Familiar, no final de 2023, mais de 1,7 milhões de portugueses estavam sem Médico de Família, ou seja 16% do total de pessoas inscritas nos cuidados de saúde primários. Como é que isto se explica e que medidas são necessárias levar a cabo para garantir um sistema de saúde mais resiliente e eficiente para todos os cidadãos?**

Falta cativar os médicos a ficar no Serviço Nacional de Saúde (SNS). É imperativo criar condições para levar os profissionais para zonas mais carenciadas. Suponhamos, um Médico de Família, na melhor das hipóteses, termina a especialidade com 28 anos, nesta altura, a maioria já poderá ter família constituída. Da mesma forma que assistimos a essas famílias emigrarem, basta que cá se criem condições suficientes para motivar o deslocamento regional.

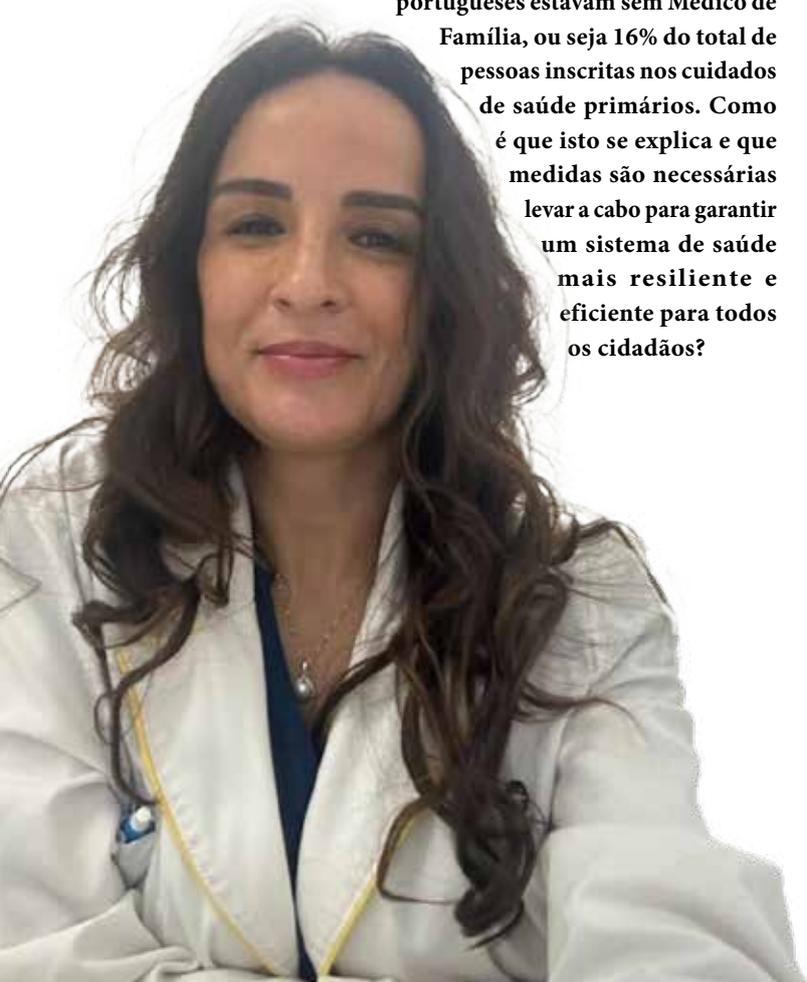
**De que forma a formação em Medicina Geral e Familiar é adaptada para responder às necessidades específicas da população portuguesa, nomeadamente, o envelhecimento demográfico e a prevalência de doenças crónicas?**

O ensino de medicina em Portugal é realmente muito bom, por alguma razão tantos países solicitam os profissionais portugueses. A formação de Medicina Geral Familiar dura quatro anos, passados entre as USF e o ambiente hospitalar. Existe contacto com a realidade, está-se no campo e ainda, durante um período, realiza-se clínica autónoma, embora supervisionada.

**Pela sua experiência enquanto Médica de Família, quais acredita serem as características mais importantes de um bom profissional? Existem pequenos gestos, por parte do médico, que têm um impacto significativo no contacto com o utente?**

Iniciei a formação específica em Medicina Geral e Familiar em 2005, sou Especialista desde fevereiro de 2008 e Assistente Graduada desde 2023. Todo o meu percurso foi alicerçado em empenho e muito trabalho, a juntar ao gosto natural pela especialidade. Posso ser uma ótima técnica cientificamente, mas, se como Médica de Família, me faltasse contacto e empatia com o utente, não haveria qualquer relação médico/utente que vigorasse.

Lidar, diariamente, com as histórias de vida das pessoas e com as suas patologias, sem qualquer tipo de barreiras pré-estabelecidas, é o que me tem feito gostar cada vez mais das escolhas profissionais que em tempos fiz. Trabalhar com seres humanos, tão iguais e tão diferentes, é uma aprendizagem diária. A relação de confidencialidade e proximidade, seja com as pessoas como com os utentes, é muito aliciante e enriquecedora. Sou Médica de Família por escolha! Sou Médica de Família por paixão! 





## TODOS OS DIAS SÃO DIA DO ADVOGADO

Por **Fernanda de Almeida Pinheiro**,  
Bastonária da Ordem dos Advogados

Celebra-se no dia 19 de maio o Dia do Advogado. Hoje mais do que nunca, a efeméride assume particular pertinência para assinalar a importância e essencialidade desta profissão.

Mais do que meros operadores legais, os/as Advogados/as representam verdadeiros baluartes do Estado de Direito Democrático, sendo um dos principais agentes da mudança e do progresso jurídico e social. Se houver uma injustiça, a violação de um direito ou o atropelo de liberdades, surgirá sempre um/a Advogado/a para erguer a bandeira da justiça ao lado do/a cidadão/ã.

No ano em que celebramos o cinquentenário do 25 de abril, é oportuno relembrar os/as notáveis Advogados/as do passado recente, que desempenharam papéis cruciais na luta pelos direitos, liberdades e garantias dos/as cidadãos/ãs, defendendo presos políticos na farsa dos tribunais plenários do Estado Novo, e ajudando a conduzir o país ao regime democrático atual. Nomes como Adelino da Palma Carlos, Mário Soares, Salgado Zenha e Francisco Sá Carneiro, figuras proeminentes na construção da democracia em Portugal, compartilham em comum não apenas as trajetórias como líderes políticos, mas também as suas origens na Advocacia. Esses exemplos evidenciam a importância da profissão como um vetor de transformação social e defesa dos direitos individuais e coletivos.

Entretanto, com as últimas alterações ao Estatuto da Ordem dos Advogados assistimos, por parte do Governo e da Assembleia da República, a

um menosprezo e desrespeito inqualificável pelo papel fulcral da Advocacia na sociedade. Tal desconsideração não apenas desmerece o trabalho dos atuais profissionais, mas também representa uma clara ingratidão perante aqueles/as Advogadas/as que lutaram e trabalharam para uma sociedade mais justa, livre e igualitária.

Esperamos de uma vez por todas que o poder político saiba olhar para esta profissão com a gratidão, o respeito e a importância que a mesma merece, e faça a merecida justiça aos Advogados e Advogadas deste país. Para isso, é essencial reverter as alterações ao Estatuto da Ordem dos Advogados que representam um claro perigo para os direitos, liberdades e garantias dos/as cidadãos/ãs. É prioritário resolver a questão da falta de previdência social da Advocacia. É urgente rever a tabela remuneratória dos/as Advogados/as inscritos no Sistema de Acesso ao Direito, que não é revista há 20 anos!

O Dia do Advogado celebra-se a 19 de maio, mas devemos reconhecer que esses profissionais trabalham todos os dias em prol dos cidadãos/ãs e empresas, na construção de uma sociedade mais justa, de uma democracia mais efetiva e, em suma, de um país melhor. É hora de honrar a sua dedicação e garantir-lhes a justiça que merecem, não só hoje, mas sempre. 



## **Como é ser mãe e advogada em Portugal**

No mês em que se assinala o Dia do Advogado e também o Dia da Mãe, faz todo o sentido refletir sobre os avanços e desafios enfrentados pelas mulheres ao longo dos últimos 50 anos, particularmente no que diz respeito à conciliação entre carreira profissional e a vida familiar. É esse o exercício que Claudete Teixeira faz neste artigo, sublinhando as condições precárias enfrentadas pelas mulheres advogadas, sobretudo quando acumulam o exercício da profissão com a maternidade.



**“Cada um pensa o que quiser e o lugar das mulheres é onde cada uma delas decida que deve estar”**

Em maio celebra-se o dia da Mãe e também o dia do advogado. No passado dia 25 de abril celebrámos os 50 anos da revolução de Abril e de todas as conquistas conseguidas após esse dia, o que me leva a pensar no que nós, mulheres, ganhámos, mas também no que perdemos.

Ao longo dos últimos 50 anos as mulheres assumiram uma relevância na vida profissional portuguesa, nas mais diversas áreas, inimaginável há 50 anos. As mulheres assumem hoje cargos de liderança em áreas onde nem lhes era permitido o acesso e provaram ser profissionais de excelência.

A situação alterou-se de tal maneira que a anterior normalidade associada ao fato de a mulher ser “dona de casa” hoje é vista como um desprestígio ou um luxo acessível apenas a uma minoria afortunada.

Mas será que a opção pela vida doméstica, e em particular a vida dedicada aos filhos, não deveria ser uma opção acessível a todas as mulheres que não querem prescindir de ser mães a tempo inteiro?

Não estou a falar de mim, pois desde muito nova senti um desejo em ser advogada tão forte quanto o desejo de ser mãe. Portanto, muito possivelmente, não teria conseguido sentir-me plenamente feliz e realizada se não tivesse alcançado algum destes objetivos. Mas, precisamente porque sou mãe de três filhos, tenho o meu próprio escritório de advogados, trabalho desde os dezasseis anos de idade, sinto-me à vontade para dizer que trabalhar em dedicação exclusiva ao acompanhamento dos filhos não é desprestígio algum. Se não há nada mais importante na nossa vida do que os nossos filhos, como é que dedicar-lhes a vida pode ser uma atividade menor?

Se eu ouvir alguém dizer que o lugar das mulheres é em casa a tomar conta dos filhos não me sinto minimamente afrontada com essa observação. Para mim essa alegação tem o mesmo valor do que dizer que o lugar das mulheres é na política, na magistratura ou a gerir empresas. Cada um pensa o que quiser e o lugar das mulheres é onde cada uma delas decida que deve estar. O que nos deveria afrontar é que não existam no nosso país condições suficientes para que as mães possam verdadeiramente ter essa opção, nem mesmo durante os primeiros anos de vida das crianças. O que me afronta é que, não tendo eu prescindido da minha carreira, tivesse de passar por três gravidezes a trabalhar até ao momento de ter a rutura da bolsa no escritório, passando dali para a maternidade, e



**“Porque sou mãe de três filhos, tenho o meu próprio escritório de advogados, trabalho desde os dezasseis anos de idade, sinto-me à vontade para dizer que trabalhar em dedicação exclusiva ao acompanhamento dos filhos não é desprestígio algum”**

nunca ter tido direito a nada parecido com uma licença de maternidade, porque as advogadas não têm acesso a direitos sociais básicos como proteção na maternidade, assistência à família, proteção na doença, ou outros.

Para todas aquelas que, como eu, não estiveram dispostas a escolher entre ter filhos e a carreira a vida tornou-se num desafio diário. Ser mãe, por si só, já é desafiante o suficiente para nos ocupar o dia todo. Quando acrescentamos a esta tarefa uma ocupação profissional exigente, e que não se consome das nove às cinco, não há alternativa que não seja praticar atletismo diário de saltos altos e golpes de malabarismo para tentar chegar a todo o lado. Ainda assim, é incontornável o sentimento, de tempos a tempos, de que somos insuficientes ou que alguma coisa ficou para trás. O desejo constante de que o dia tivesse, pelo menos, mais um par de horas, e promessa diária, feita a nós mesmas, de que “amanhã chego mais cedo”, ou que vamos terminar o livro que está por acabar de ler há dois anos, são lugares-comuns.

Eu acho, sinceramente, que todas as mulheres que conseguem cumular a sua vida profissional, com a vida familiar e os filhos, são uma espécie de supermulheres, que acabam por continuar a ser as “donas de casa” do pré 25 de Abril e ainda assumir uma profissão como se essa fosse a sua única atividade na vida. Mas, francamente, no caso das advogadas, é cruel e aberrante que tenhamos de estar a amamentar filhos recém nascidos, de dia e de noite, e ter de estar a cumprir prazos enquanto o bebé dorme ao invés de poder descansar também. É aberrante ter

de levar o computador portátil para a maternidade porque, como vamos fazer uma cesariana e teremos de lá ficar três dias, entre um agravo e o outro temos de cumprir um prazo. Portanto, a não ser que haja uma política social em condições, e para todos, que a gestão do erário público se faça de forma honesta e em prol da causa pública e que existam retribuições dignas e condicentes com o valor do trabalho produzido, as aquisições de Abril no que diz respeito à vida profissional das mulheres, serão uma espécie de presente envenenado em que nos dão a vida profissional por um lado, mas nos tiram a capacidade de ser mães pelo outro. Ou uma espécie de “Picture of Dorian Gray” em que nos querem fazer crer que temos tudo, mas deixamos de nos ter a nós mesmas.

Nós não precisamos de reconhecimento por aquilo que conseguimos fazer enquanto mães, mulheres e profissionais, acho que isso é por demais evidente, o que nós precisamos é de políticas sociais em condições que permitam realmente conciliar a vida pessoal com a vida profissional, e no caso das advogadas, precisamos que o Estado Português nos permita sair do século XIX porque condições desumanas como as nossas, já nem no século XX. 🇵🇹

Claudete Teixeira, Advogada



# Vanessa Navarro apela a soluções para o impasse dos novos imigrantes em Portugal

Milhares de imigrantes em Portugal vivem em situação precária, com documentos caducados, sem acesso ao mercado de trabalho e a serviços básicos. A advogada Vanessa Navarro, especialista em Direito das Migrações, Internacional e Europeu, analisa a situação atual da imigração em Portugal e as possíveis consequências para os imigrantes e para a sociedade portuguesa.

Com a extinção do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF), esperava-se que a Agência para Integração, Migrações e Asilo (AIMA) desse a resposta necessária às vagas de imigrantes que iam chegando a Portugal. Era pelo menos essa a esperança, no início deste ano, após a criação (ainda pelo governo anterior) e efetiva entrada em funcionamento da agência. No entanto a realidade é bem diferente. Milhares de imigrantes estão com documentos caducados, com enormes dificuldades para renová-los, e acumulam-se em filas e tendas improvisadas à porta da AIMA.

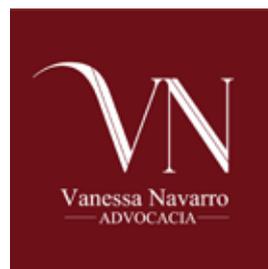
Para Vanessa Navarro, tudo se deve a falta de planeamento e até a “desconsideração pelos imigrantes”. Segundo a advogada especialista em imigração, a AIMA “não tem recursos humanos suficientes, a plataforma online está incompleta e não há agendamentos presenciais”.

Vanessa Navarro é Advogada em Portugal e no Brasil, sócia proprietária da empresa VN Advocacia, com escritórios em Lisboa e na Covilhã, membro da ABA - Associação Brasileira de Advogados, na qual é representante da Comissão Nacional de Direitos Humanos do Brasil em Portugal.

Como consequência, milhares de imigrantes estão em situação vulnerável, sem poder sair do país ou trabalhar legalmente. A situação agrava-se com a cobrança de taxas “exorbitantes para a regularização”, que podem chegar a quase 400 euros para imigrantes fora da CPLP (Comunidade dos Países de Língua Portuguesa). Uma situação que configura uma “clara demonstração de xenofobia” relativamente a imigrantes que não falem português, denuncia Vanessa Navarro.

Esta situação extremamente precária dos imigrantes contribui para aumentar os focos de pobreza em Portugal, com muitas destas pessoas a viver na ruas. A falta de oportunidades de trabalho e a exploração ilegal por parte de alguns patrões sem escrúpulos e redes de tráfico de imigrantes, agravam o problema. “Com a miséria vem a revolta, seguida da violência, e quem vai pagar caro por isso é a população, que vai passar a ter suas vidas e propriedades ameaçadas pela insegurança”, é o alerta que nos deixa a advogada.

A esperança de Vanessa Navarro reside naquilo que o novo Governo possa fazer para solucionar esta situação caótica. É esse também o seu apelo, para que a imigração desordenada, ilegal e sem planeamento seja controlada, prevenindo assim o surgimento de novos problemas e até de violência. A sua maior preocupação reside nos imigrantes que não falam a língua portuguesa, e nas dificuldades pelas quais estão a passar atualmente. Que tudo se resolva o mais rápido possível, como respostas eficientes e “pacificamente”, é o seu desejo. 



WWW.VNADVOCACIA.COM

# “A advocacia é uma luta de paixões”



A propósito do Dia do Advogado, abordámos o significado da data com Ludimila Poirier, numa conversa sobre os desafios da profissão e os momentos marcantes da sua carreira. A advogada comenta ainda a sua recente nomeação para o cargo de Secretária-Geral da Comissão Internacional da Associação dos Advogados do Brasil (ABA) em França.



## Qual o significado que o Dia do Advogado tem para si? Costuma assinalar essa data de alguma forma?

A profissão de advogado sempre foi algo motivador principalmente pela possibilidade de ter independência funcional: ser livre para atuar nos casos que eu escolher. Comemorar a data também considero importante, há dois anos visitei a Catedral de Santo Ivo em Tréguier (França), independente da religião, é lá que muitos Advogados vão para marcar a data. Aliás, eu comemoro duplamente: no Brasil, em 11 de agosto, data de criação dos dois primeiros cursos de direito do país. Em 1827 foram criadas, pelo imperador D. Pedro I (D. Pedro IV), a Faculdade de Direito do Largo de São Francisco, em São Paulo, e a Faculdade de Direito de Olinda, em Pernambuco. É certo que o papel do advogado na busca pela justiça é multifacetado e crucial para a manutenção do Estado de Direito.

## Este dia é um pretexto óbvio para discutir a profissão. Assim, quais são os principais temas que deveriam ser debatidos nestes dias, na sua opinião?

As nossas prerrogativas profissionais devem sempre ser tema de debate. Bem como as nossas questões previdenciárias. Vou citar um

exemplo: recentemente estive presente em uma sessão de julgamento em que uma colega Advogada atuou estando a pouco mais de vinte dias depois do parto de seu primogênito. Sem qualquer tipo de apoio ou licença, a colega esteve o dia todo em julgamento. Que profissionais não têm direito à licença de maternidade? Ao que parece, somente a nossa classe pode prescindir de um direito tão precioso... E isso certamente deve ser discutido!

## Pode partilhar connosco um momento marcante da sua carreira de Advogada?

Meu momento mais marcante foi, diante do falecimento da minha mãe em 2023, ter escrito eu mesma a peça inicial do processo de inventário... E por ser a filha mais velha, acabar por ter o encargo de ser a cabeça de casal e inventariante neste processo. Não há nada mais triste para um filho. De todo modo, foi mais uma daquelas lições aprendidas com o jurista Eduardo Juan Couture: “Esqueça: A advocacia é uma luta de paixões. Se em cada batalha fores carregando tua alma de rancor, sobrevirá o dia em que a vida será impossível para ti. Concluído o combate, olvida tão prontamente tua vitória como tua derrota.”

## Acabou de assumir o cargo de Secretária-Geral da Comissão Internacional da Associação dos Advogados do Brasil (ABA) em França. Por que decidiu aceitar este desafio e em que vai consistir este seu trabalho?

As minhas ligações de trabalho com a França são antigas e o voluntariado é parte disso. O objetivo é sempre fortalecer a advocacia! Afinal a ABA é constituída por uma vasta rede de contatos profissional, com foco na troca de experiências, informações, e com vistas a potencializar oportunidades de trabalho, além de promover a capacitação dos seus associados. Os Advogados que buscam juntos o crescimento profissional possuem mais chances de uma boa atuação no país em que atuam. Outra coisa é que a Diretoria da ABA em França é constituída por mulheres incríveis, o que do ponto de vista das relações interpessoais é certamente uma mais-valia. 🇵🇹



## LUDIMILA POIRIER

OAB RJ 176237 / OA 58745C

 (24)98129-2880 / +351 937 444 045  
(Chamada para mobile internacional)

 +351 937 444 045

 souzapoirier@gmail.com  
ludimilapoirier-58745c@adv.ao.pt

 @ludimilapoirier

 Rua da Liberdade n.º 27 - Lj 05 Buarcos  
Figueira da Foz - Código Postal 3080-168.

# Ricardo Costa apresenta novas formas de liderar em “A Felicidade é Lucrativa”

Evidenciando de que forma pessoas felizes, ambientes saudáveis e liderança humanizada são a chave para empresas mais produtivas e lucrativas, Ricardo Costa, líder de referência em Portugal, explora fórmulas revolucionárias para o sucesso empresarial.

Gestor de referência, Chairman do Grupo Bernardo da Costa e criador do primeiro Departamento da Felicidade do país, Ricardo Costa lançou um livro intitulado “A Felicidade é Lucrativa”, publicado pela editora Contraponto. A obra, numa altura em que os modelos de lideranças estão em discussão e em que os desafios no mundo laboral são cada vez mais exigentes, revela como a felicidade no trabalho impulsiona a produtividade, atrai talento e maximiza os lucros.

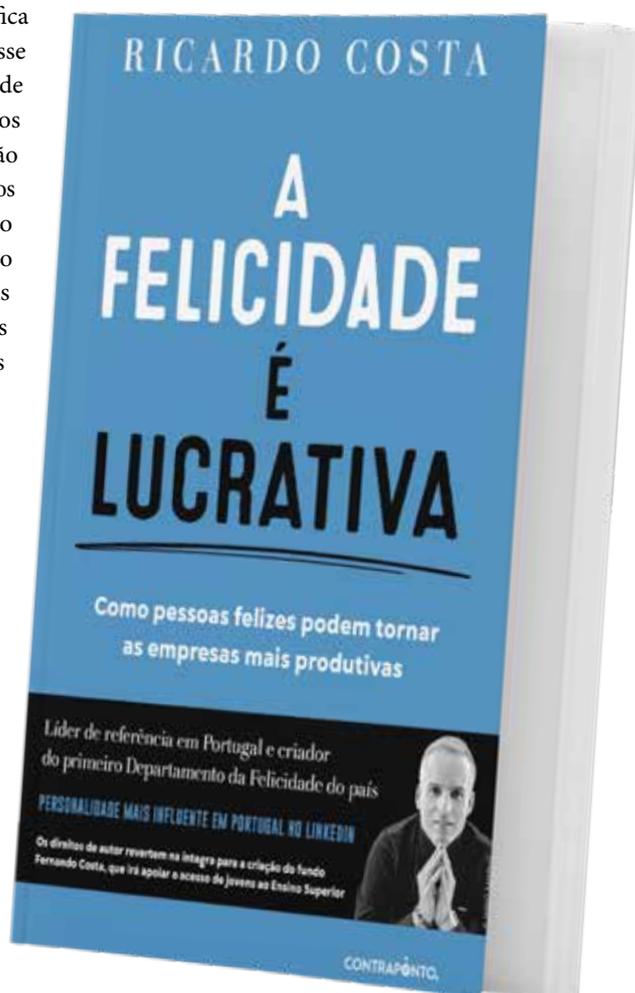
“Espero verdadeiramente que este livro vos motive a alcançar a excelência e a felicidade, não só no trabalho, mas em todas as áreas da vida. Tenho a certeza de que estamos a redefinir o que significa trabalho e produtividade!”, disse o autor numa publicação na rede social LinkedIn. Como um dos rostos da mudança e da inovação na área dos negócios e dos recursos humanos, neste livro, Ricardo Costa parte a partir do exemplo testado nas próprias empresas e demonstra como ter pessoas motivadas potencia os resultados de qualquer organização. Além de encarar o mundo corporativo de uma forma completamente inédita, o CEO aponta ainda soluções para muitos dos problemas que se vivem no contexto laboral,

tais como o burnout, as relações débeis entre colegas ou a baixa produtividade, e traça caminhos para o desenvolvimento do país, sugerindo como se deve ter um sistema de ensino mais preparado para os desafios do futuro e de que forma o tecido empresarial pode ganhar elasticidade e otimizar resultados.

Até à data, o livro possui duas apresentações agendadas. A primeira será em Braga, na Colunata de Eventos, no dia 16 de maio, pelas 18h30. Ao lado de Ricardo Costa, a apresentar o livro, estarão a deputada Ana Mendes Godinho e o Cardeal Américo Aguiar. Enquanto isso, em Lisboa, a apresentação será

conduzida por Graça Freitas e Rui Miguel Nabeiro, no dia 21 de maio, pelas 18h30.

Todas as receitas correspondentes aos direitos de autor de Ricardo Costa sobre o livro irão reverter na íntegra para a criação do fundo “Fernando Costa”, batizado em homenagem ao seu irmão, que se destinará a apoiar o acesso de jovens ao Ensino Superior. “Acredito firmemente que a educação é a arma mais poderosa na sociedade”, ressalva o gestor. 



INOVAÇÃO

**“Cada membro traz uma paleta única de experiências e ideias, e é a combinação dessas cores que pinta o futuro brilhante da IVY”**

**Sandra Brás – CEO IVY BRAND AGENCY**



IVY  
brand agency

**“A criatividade não é apenas uma lâmpada – mas um clarão que ilumina o caminho para o extraordinário”**

Num mundo saturado de marcas e mensagens, a IVY BRAND AGENCY destaca-se pela inovação, autenticidade e compreensão dos seus clientes. marketing. Nascida de um sonho da sua fundadora, que criou um ambiente de trabalho onde imperam a positividade e a paixão pelo que fazem, a IVY consegue criar conexões realmente duradouras entre marcas e consumidores. Sandra Brás, CEO e “alma” da empresa, explica-nos como o fazem, e o que está por trás de toda esta energia contagiante que transparece facilmente ao conversar com ela.

**O site, as redes sociais e toda a comunicação da IVY deixam transparecer uma grande frescura e uma energia contagiante. Qual foi a inspiração por trás da fundação da empresa e desta marca?**

A inspiração da IVY BRAND AGENCY foi uma visão de marketing autêntico, onde cada campanha é uma narrativa poderosa, pessoal e profundamente ressonante. Desejei construir uma agência de marcas que fosse além dos nossos serviços - Digital Development, Ativação de Marcas, Media Relations, Design e Vídeo, Eventos, Social Media e Tráfego de Campanhas – que criasse histórias onde cada marca e consumidor são protagonistas numa jornada compartilhada. A nossa energia e frescura vêm dessa filosofia de envolvimento total, onde cada projeto é uma oportunidade de criar conexões genuínas e duradouras.

Por outro lado, nasceu de um sonho meu, onde cada colaborador não só acredita no trabalho que faz, mas também encontra alegria e satisfação nele. A fundação da empresa foi impulsionada pelo desejo de criar um ambiente de trabalho que fosse mais do que uma estrutura física - um lugar onde a positividade, a paixão e o propósito fluem livremente.

A minha visão era estabelecer uma cultura onde a felicidade dos colaboradores é a base para a criatividade e inovação. Essa felicidade é tangível e visível em tudo o que fazemos, do tom das nossas comunicações ao calor das nossas relações com os clientes. Na IVY, cada projeto é abordado com um otimismo radiante e uma energia contagiante que reflete a satisfação genuína e o bem-estar da nossa equipa.

**Neste meio tão desafiante e competitivo do Marketing, o que diferencia a IVY de outras agências de comunicação?**

Num oceano de concorrentes, a IVY destaca-se como uma ilha de inovação e compreensão muito próxima dos seus clientes. A nossa abordagem é holística; mergulhamos nas profundezas dos valores da marca, emergindo com estratégias que não só falam à audiência, mas também andam, respiram e vivem com ela. A nossa diferenciação está na habilidade de transformar insights em interações, convertendo cada ponto de contato em uma oportunidade de engagement e fidelidade e com resultados tangíveis.

**É impossível não reparar na preponderância feminina da agência, desde logo com a equipa apresentada no site a ser totalmente constituída por mulheres. É “só” uma coincidência?**

Começou por ser uma coincidência e acabou por se tornar numa escolha deliberada de promover uma cultura de liderança, onde abraçamos a intuição, a empatia e a força de nos conhecermos de outras agências por onde passámos e também de entrevistas que fizemos ao longo do processo de crescimento da IVY. Fomos até há bem pouco tempo um mosaico de talentos femininos, em que cada elemento trazia uma perspetiva única que, juntas, formamos uma visão espetacular. Recentemente, juntou-se à equipa um novo membro masculino, um passo natural refletindo ainda mais a diversidade do público que pretendemos alcançar. A IVY está animada com esta nova era de diversidade que não é apenas feminina ou masculina, mas fundamentalmente humana, entoando com a verdade que a inovação, a empatia e a excelência não conhecem gênero. Cada membro traz uma paleta única de experiências e ideias, e é a combinação dessas cores que pinta o futuro brilhante da IVY.



**No perfil da Sandra, pode ler que é o “espírito livre e alma da IVY” e também a que tem as ideias “mais loucas”. Quando falamos de criatividade, qual é importância de dar asas à liberdade e a essa loucura saudável?**

A criatividade é a luz que acende a imaginação, e na IVY BRAND AGENCY, sinto que sou a que muitas vezes ativa a lâmpada. Chamarem-me de “espírito livre e alma da IVY” reconheço que é a minha capacidade de caminhar na vanguarda do pensamento criativo, movendo-me com bastante agilidade e assertividade, o que desafia a gravidade dos convencionalismos. A “loucura saudável” que trago para a mesa não é nada menos que um testemunho da minha audácia em explorar o inexplorado. Num mundo saturado de ideias recicladas, a originalidade é um recurso precioso, e é aqui que a liberdade e a loucura saudável se tornam vitais. Dar asas à liberdade significa permitir que o pensamento ultrapasse os limites do padrão, mergulhando em águas desconhecidas para pescar o novo e o extraordinário. E é justamente essa capacidade de pensar sem amarras que me permite a mim, e à IVY como um todo, conceber estratégias e campanhas que não apenas capturam a atenção, mas também cativam pessoas. Aqui, cada colaborador é encorajado a trazer seu eu inteiro para o trabalho, porque quando as pessoas se sentem livres para serem autênticas, a criatividade não é apenas uma lâmpada – mas um clarão que ilumina o caminho para o extraordinário.

**De que forma promovem um ambiente na empresa que estimule a criatividade e a inovação?**

Criatividade e inovação não são meros conceitos na IVY BRAND AGENCY; eles são o ar que respiramos e o solo em que as nossas ideias mais audaciosas são plantadas e cultivadas. A nossa abordagem para nutrir um ambiente que abraça essas qualidades começa com um compromisso firme com o bem-estar de cada membro da equipa. Entendemos que a saúde mental é a espinha dorsal da produtividade e do pensamento criativo. Por isso, instituímos uma política pioneira: a concessão de um dia por mês dedicado à saúde mental para cada colaborador. Nesse dia, incentivamos

~

**“Num oceano de concorrentes, a IVY destaca-se como uma ilha de inovação e compreensão muito próxima dos seus clientes”**

~

cada membro a se desconectar do trabalho, recarregar as energias e dedicar tempo ao autocuidado, reconhecendo a necessidade de um equilíbrio saudável entre a vida profissional e pessoal.

Além dessa iniciativa, fomentamos a criatividade através de um ambiente de escritório que desafia as normas tradicionais. O nosso espaço é um ambiente com muita luz natural e um deck incrível que servem de inspiração, com muito espaço livre e plantas que provocam reflexão e áreas de descanso que convidam à introspecção e ao diálogo aberto. Acreditamos que um ambiente visualmente estimulante é fundamental para despertar a mente e alimentar o espírito inovador.

Incorporamos a inovação em cada aspeto de nossa cultura corporativa. Sessões de brainstorming não são apenas eventos ocasionais, mas parte integrante do calendário mensal. Encorajamos todos os colaboradores a partilharem as suas ideias mais ‘loucas’ e visionárias, criando um ecossistema onde cada pensamento tem o potencial de se transformar em algo revolucionário.

**Quais são os maiores desafios que a IVY enfrenta atualmente no mercado e como a empresa os está a enfrentar?**

Na IVY BRAND AGENCY, encaramos desafios não como barreiras, mas como degraus para a inovação e crescimento. Atualmente, um dos nossos maiores desafios é a constante evolução das expectativas dos consumidores, impulsionada por um mundo digital que está sempre em movimento. A velocidade com que novas plataformas e tendências emergem pode deixar muitas marcas a lutar para se adaptarem e permanecerem relevantes.

Para enfrentar esta rápida mudança, investimos pesadamente em pesquisa e desenvolvimento, mantendo-nos na vanguarda da inovação tecnológica e do pensamento de design, das marcas. Além disso, adotamos uma filosofia de aprendizagem contínua, onde os colaboradores estão sempre atualizados com as últimas ferramentas e teorias de marketing. Os nossos programas de formação e parcerias com instituições de ensino são vitais para manter a nossa equipa no corte mais afiado da competência de mercado.

A IVY BRAND AGENCY aborda cada desafio com uma estratégia

em “triple”: inovação incessante, narrativa cativante e uma responsabilidade social enraizada. Por meio destas abordagens, transformamos desafios em oportunidades de demonstrar a nossa resiliência, adaptabilidade e compromisso com a excelência.

**Como é a relação com os vossos clientes? Qual é o processo típico de trabalho desde o início de um projeto até à sua conclusão?**

Na IVY BRAND AGENCY, a relação com os nossos clientes transcende a típica dinâmica de agência-cliente; é uma verdadeira parceria criativa, digital e humana. Cada jornada começa com o entendimento profundo das necessidades, desejos e aspirações do cliente. Acreditamos que a chave para um projeto bem-sucedido é a empatia - colocarmo-nos no lugar do cliente e, mais importante, no lugar da sua audiência.

Processo Criativo: Iniciamos cada projeto com uma fase de imersão, onde os nossos criativos se envolvem intensamente no mundo do cliente, sessões de brainstorming são conduzidas para extrair a essência da marca, enquanto os sonhos do cliente são transformados em objetivos tangíveis. Aqui, o digital e o humano convergem, utilizando ferramentas digitais para capturar e organizar as ideias, mas sempre com a sensibilidade humana guiando o processo.

Processo de Estratégia Digital: Quando necessária a vertente digital e com uma compreensão clara dos objetivos do cliente, mergulhamos na formulação de uma estratégia digital robusta. Isso envolve tudo, desde a pesquisa de mercado e análise de dados até o planeamento de campanhas e desenvolvimento de conteúdo. Utilizamos a tecnologia não apenas como um meio para um fim, mas como um participante ativo na criação de soluções que são eficazes e inovadoras. A IA auxilia na análise de tendências, enquanto as plataformas digitais são aproveitadas para testar e refinar abordagens.

Processo de Desenvolvimento e Execução: Na fase de desenvolvimento, as ideias começam a tomar forma. Trabalhamos em uníssono para trazer a estratégia à vida. Em cada passo inicial até ao produto final há um ciclo contínuo de feedback, garantindo que o projeto permaneça alinhado com a visão do cliente e as necessidades do mercado.

Conclusão e Avaliação: Uma vez que as campanhas estejam ativas e o conteúdo publicado, a nossa atenção vira-se para a medição e a análise. Utilizamos uma combinação de métricas qualitativas e quantitativas para avaliar o desempenho, fazendo ajustes conforme necessário para otimizar os resultados. O projeto é concluído, mas a relação continua, pois cada conclusão é um prelúdio para futuras aventuras criativas.

Em cada etapa do processo, o elemento humano permanece no centro. A tecnologia é uma extensão da nossa criatividade e empatia, nunca um substituto. O nosso compromisso é manter uma comunicação clara, transparente e constante, garantindo que, ao final de cada projeto, a relação que fortalecemos seja tão duradoura e impactante quanto as campanhas que lançamos.

**As vossas ideias costumam ser bem recebidas por todos os clientes? Mesmo as campanhas mais originais e fora do comum?**

Encaramos cada cliente como um universo único de possibilidades. As nossas ideias são fruto de uma profunda compreensão das marcas com as quais trabalhamos, misturadas com uma dose generosa de imaginação e audácia. É natural que, às vezes, as ideias mais fora do comum causem um inicial momento de hesitação; afinal, o desconhecido pode ser intimidante. Mas é precisamente aqui que

a nossa expertise brilha com mais densidade.

A aceitação das nossas ideias, especialmente as mais originais e inovadoras, advém da nossa capacidade de alinhar criatividade com estratégia de negócios. Apresentamos essas ideias não apenas como conceitos abstratos, mas como soluções palpáveis, respaldadas por dados, pesquisa de mercado e uma compreensão clara dos objetivos do cliente. Comunicação transparente e feedback contínuo são chaves no processo de acolher as nossas ideias. Cultivamos um diálogo aberto onde todas as partes são ouvidas, respeitadas e consideradas. Quando surgem dúvidas ou preocupações, estamos prontos com pesquisas, testes e simulações que ajudam a transformar o que poderia ser uma incerteza em uma decisão informada e confiante. Então aqui sim, as nossas campanhas mais originais e fora do comum tendem a ser bem recebidas, porque são apresentadas dentro de um quadro de inovação estratégico, envolvente e, acima de tudo, alinhadas com as aspirações e necessidades daqueles que atendemos. Na IVY, cada ideia é uma semente plantada com cuidado, cultivada com paixão e destinada a crescer sob o sol da colaboração e do sucesso compartilhado.

### **Porque é que uma empresa ou alguém que tenha um novo projeto deve entrar em contacto convosco? O que podem esperar de vocês?**

Quando uma empresa ou um empreendedor individual decide que é hora de dar vida a um novo projeto, escolher o parceiro certo para o seu projeto é crucial. Na IVY BRAND AGENCY, não somos apenas um prestador de serviços; somos um colaborador dedicado ao seu sucesso. A escolha por nós deve ser feita pelo nosso compromisso inequívoco com a excelência, a nossa abordagem personalizada e a nossa habilidade em traduzir visões em realidade tangível.

Entrar em contato conosco significa iniciar uma parceria onde o seu projeto é abraçado com entusiasmo, profissionalismo e uma riqueza de conhecimento em estratégias de marketing que são inovadoras, sustentáveis e eficazes. Os nossos clientes podem esperar uma equipa que escuta ativamente, que estrategicamente analisa cada aspeto do projeto para identificar oportunidades únicas e superar desafios.

Podem esperar criatividade que não conhece barreiras, mas que ainda assim permanece fundamentada na realidade do mercado e nos dados. Oferecemos soluções de marketing end-to-end que cobrem desde a conceção da marca até campanhas digitais e análises pós-campanha. Cada passo é meticulosamente planeado e executado com uma atenção detalhada que garante não só o cumprimento dos objetivos do projeto, o propósito, mas também a superação das expectativas.

Em suma, entrar em contato com a IVY BRAND AGENCY é abrir a porta para um universo onde o seu projeto é estrela. É escolher crescer com uma equipa que oferece suporte completo, insights valiosos e resultados que falam por si. Com a IVY, cada novo projeto é uma aventura criativa, uma oportunidade de definir tendências e estabelecer novos padrões no mercado.

### **Quais são as suas expectativas e objetivos para o futuro próximo da IVY?**



~  
**“Inovação incessante,  
narrativa cativante,  
responsabilidade social  
enraizada”**  
~

Na IVY BRAND AGENCY, as nossas expectativas e objetivos para o futuro são tão vibrantes e expansivos quanto a paleta de um artista prestes a iniciar sua obra-prima. No cerne da nossa visão para o futuro próximo está o crescimento estratégico, a excelência criativa e a inovação sustentável.

A expansão é um objetivo definido, tanto em termos de alcance de mercado quanto na diversificação dos serviços oferecidos. Isso inclui a ampliação de nossa presença global, estabelecendo parcerias em novos territórios e criando campanhas que entoam em múltiplas culturas e idiomas. Queremos atrair e nutrir talentos de todas as esferas, investindo na nossa equipa para garantir que continuem a ser líderes e inovadores nas suas respetivas áreas. Além disso, estamos focados em aprofundar as nossas capacidades analíticas, alavancando dados e insights para transmitir estratégias que são tão inteligentes quanto criativas. A nossa meta é sermos uma agência que não apenas responde às tendências, mas as antecipa e as molda, estabelecendo novos padrões para o setor.

Do ponto de vista da responsabilidade social corporativa, estamos comprometidos em implementar práticas sustentáveis que vão ao encontro dos valores dos consumidores contemporâneos. Isso significa promover uma cultura interna que reflete nossos ideais externos, desde o voluntariado por questões sociais até a implementação de políticas de trabalho ecológicas.

E, acima de tudo, esperamos continuar a desafiar as nossas próprias conceções do que é possível, inspirando-nos uns aos outros e aos nossos clientes a atingir novos patamares de sucesso.

A IVY está pronta para se adaptar, evoluir e prosperar, não importa quais sejam as ondas de mudança que o futuro nos reserva. Sabemos que “a força não provém da capacidade física. Provém de uma vontade indomável” – (segundo Mahatma Gandhi) que temos em abraçar todos os projetos com paixão e que o mundo só pertence a quem se atreve a fazer a diferença!

WWW.IVY.PT

IVYBRANDAGENCY IVY-BRAND-AGENCY IVYBRANDAGENCY



## AGОВI: O METAL AO SERVIÇO DA COMUNIDADE

Especializada em subcontratação industrial e na conceção e fabrico de equipamentos personalizados, a empresa bracarense conta já quase meio século de existência. Vera Morgado, responsável pela Direção de Pessoas e Finanças, e Sérgio Morgado, responsável pela Direção Operacional, ambos da segunda geração e filhos do fundador, Francisco Morgado, destacam valores como a resiliência, a inovação e o compromisso, que forjam o percurso da empresa.

“Ser sempre a primeira escolha” dos clientes e colaboradores é o principal propósito da Agovi.



Sediada em Braga, a Agovi é uma empresa que atua no setor metalomecânico, com uma sólida experiência no setor industrial, na prestação de serviços de torneamento e fresagem, soldadura, manutenção industrial. Desenvolve e fabrica máquinas e equipamentos para setores essenciais, como a energia, os resíduos e biorresíduos, os agronegócios e os transportes, com especial destaque para a construção naval. O metal ao serviço da comunidade é o lema deste negócio que, com uma força de trabalho comprometida, qualificada e experiente, coloca diariamente a experiência de quase meio século de existência ao serviço dos clientes.

### PRODUÇÃO INDUSTRIAL SUSTENTÁVEL

Mesmo não sendo a Agovi, no espectro do setor metalúrgico e metalomecânico, uma empresa muito intensiva em energia, tem um foco muito grande na sustentabilidade. Vera Morgado vê com bons olhos que este tema esteja finalmente na ordem do dia, e as novas diretivas europeias de sustentabilidade como uma oportunidade,



**“A Agovi é uma empresa com tradição, mas geradora de mudança e transformação.”**



**“Preservamos um legado, mas o futuro está nas nossas mãos. Queremos que a empresa perdure para além de nós.”**

estando a empresa a preparar-se para divulgar o primeiro relatório integrado, antecipando a sua obrigatoriedade e eventuais exigências dos clientes internacionais, no âmbito da análise de materialidade e cadeias de abastecimento de valor. “A sustentabilidade faz parte da nossa missão de várias décadas. O nosso foco não é trabalhar em série nem a produção em massa. Só compramos material para as encomendas. Reparamos sempre que possível, acrescentando vida útil aos equipamentos. Fabricamos equipamentos personalizados, tentando dar resposta às exatas necessidades dos nossos clientes, para que não comprem por comprar, mas exatamente aquilo que precisam”, explica Sérgio Morgado. “Exige muitas vezes falar com várias equipas e responsáveis, recolher opiniões sinceras, apresentar mais que uma opção, adaptar em função do feedback obtido. ... Requer muita empatia – e processar muita informação – mas acreditamos que chegamos a soluções e resultados muito melhores.”

## SER DURO COMO O AÇO

O espírito da empresa bracarense não se traduz unicamente no que produzem, mas sim, e sobretudo, no ambiente que se vive por dentro. Para conseguir dar uma resposta adequada às necessidades dos clientes, uma equipa experiente e motivada é fulcral. Algo que a Agovi garante através de um sistema de compensação e benefícios, formação contínua, atividades de grupo e novas tradições que vão incorporando, aliando a modernidade a uma empresa com décadas e num setor dito tradicional. Tratando-se de um setor de risco, dada a dimensão das peças que fabricam, os trabalhadores usufruem de um seguro de vida e doenças graves, protocolos de saúde e um seguro de saúde, benefícios pensados para responder às necessidades da profissão a longo prazo. Na aprendizagem contínua, destaca-se a comparticipação da educação dos filhos dos trabalhadores em idade até ao pré-escolar e na universidade. Garantir o envolvimento, satisfação e bem-estar dos colaboradores são uma prioridade na cultura da empresa.

## IMPORTÂNCIA DA CONSCIÊNCIA SOCIAL

“Somos malta da pesada: trabalhamos o ferro com mão e coração. Mas ser do metal é muita responsabilidade”, relata Vera Morgado. A juntar à responsabilidade técnica, surge a consciência social, que a Agovi assume com igual empenho. Cultivando uma forte ligação com a comunidade, a empresa tem promovido uma séria “operação de charme” à indústria e ao setor, na qual recebem visitas escolares na fábrica e todas as atividades organizadas são pensadas para divulgar o setor e as profissões associadas ao metal. A Saúde é o tema central do seu programa de responsabilidade social corporativa interno, mas a Educação o externo. Neste sentido, participa em diversos projetos de inclusão social, como por exemplo a transformação do livro “A Loja dos Brinquedos - O Superpoder da Diferença” numa peça de teatro protagonizada por jovens e adultos atores com deficiência intelectual, que está a ser dinamizada nas escolas com o objetivo de sensibilizar e educar para a diferença e as emoções, e para a qual a Agovi fabricou o Flupi, um boneco de ferro.

Por outro lado, a Agovi promove desde 2022 a iniciativa “Conversas como o Aço”. “Enquanto empresa, o nosso objetivo tem sido abordar temas importantes para o bem-estar e felicidade das nossas pessoas, para além das competências técnicas que a formação dá ou reforça. Nunca é demais lembrar a importância do equilíbrio entre a vida pessoal, familiar e profissional, e das competências sociais como ferramentas para uma vida melhor, para todos/as.” diz a responsável pela Direção de Pessoas e Finanças. Em várias edições, já foram realizadas sessões sobre saúde mental, financiamento e crédito ou a autoexpressão através das artes circenses, iniciativa realizada com o Equilibrium Social Circus. Estas sinergias entre a empresa e a comunidade impulsionam o desenvolvimento pessoal e a troca de experiências e aprendizagens fomenta a união dos #DurosComoOaço.



O jingle corporativo da Agovi transforma ruídos da produção metalomecânica em arte.

Na arte e cultura, a Agovi criou, em conjunto com os Humble Bee Studios - um estúdio de música que trabalha a inclusão através da arte - o seu jingle corporativo. Produzido unicamente com sons e ruídos da fábrica, o mote era transformar o barulho ensurdecedor em arte e o resultado é um ritmo contagiante, tal como o trabalho da própria equipa, e cumpriu o objetivo de demonstrar a primeira experiência num chão de fábrica.

A criatividade da equipa foi posta à prova no 46.º aniversário da empresa, com umas Conversas Como o Aço especiais: um Workshop de Lego Serious Play no Centro de Inovação Social de Braga, o Human Power Hub, do qual saíram inúmeras versões inspiradoras de uma fábrica do futuro.

## TER O FUTURO NAS MÃOS

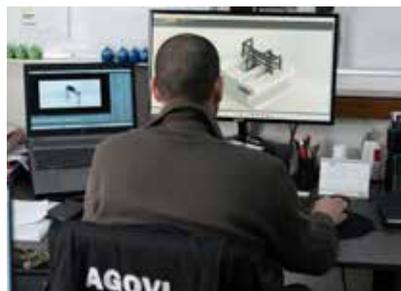
Ser uma empresa de referência no panorama industrial nacional acarreta muita responsabilidade, consistência e humildade. “Preservamos um legado, mas o futuro está nas nossas mãos. Queremos que a empresa perdure para além de nós”, assume Vera Morgado. “Quase 50 anos de vida é muita responsabilidade, mas não é um indicador decisivo de sucesso no futuro, pelo que estar em constante mudança e inovação é essencial”, acrescenta. A juntar à transição climática, com várias ações para redução da pegada carbónica, e à transição digital, com processos de digitalização e automatização, estão em curso dois processos de certificação que, quando concluídos, irão contribuir para a consolidação do posicionamento do negócio em vários segmentos e a entrada em novos mercados. A obtenção destas certificações está alinhada com a missão da Agovi em permanecer especializada e empenhada em levar a indústria ao próximo nível.



“Na Agovi a prioridade é dar uma resposta adequada às necessidades dos clientes”, e, ainda que gostem muito da azáfama do setor industrial, Sérgio Morgado reconhece que “tendo uma área de manutenção e reparação industrial, nem sempre é fácil lidar com todas as solicitações, mas é isso que nos distingue.” Em cima da mesa está o plano de expansão, uma vez que reforçar a equipa e a capacidade de produção é essencial para continuarem a crescer e serem capazes de dar uma resposta célere e adequada aos clientes. Isto, claro, mantendo o foco na produção sustentável e no combate ao desperdício de recursos, construindo estruturas mecânicas que perdurem no tempo.

Apesar de o desenvolvimento ser um fator vital em qualquer empresa, a estabilidade é tanto ou mais imperativa. Portanto, a Agovi promete manter a especialização, mas também a diversificação do negócio, para não estar demasiado exposta somente a um setor de atividade, “como sucedeu outrora com a construção civil e as obras públicas”, recorda Sérgio Morgado. “Em 46 anos já passamos por muito, mas orgulhamo-nos do caminho percorrido, mesmo dos períodos mais conturbados. As dificuldades dão-nos a oportunidade de honrar os nossos valores e escolher pelo que vale a pena lutar”, relembra. Com resiliência e ânimo, a empresa tem-se reinventado, focando em áreas de maior valor acrescentado e aprimorando ainda mais aquilo que sabem fazer melhor.

Assegurando que, como sempre, continuarão #DurosComoOaço, o principal propósito da Agovi Metalomecânica mantém-se inalterado, “ser sempre a primeira escolha” dos clientes e colaboradores. “A Agovi é uma empresa com tradição, mas geradora de mudança e transformação, pelo que o alinhamento com o nosso propósito e missão é o mais importante para construir o futuro”, conclui Vera Morgado. 



**“O nosso foco não é a produção em massa. Fabricamos equipamentos personalizados, tentando dar resposta às exatas necessidades dos nossos clientes.”**



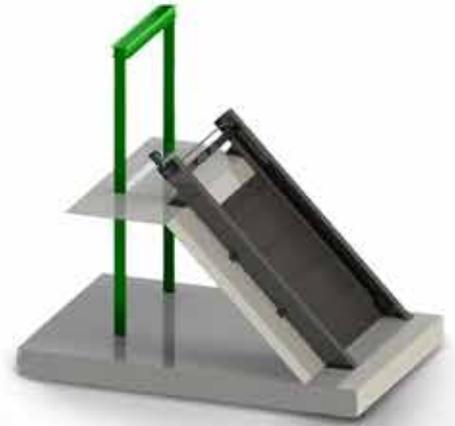
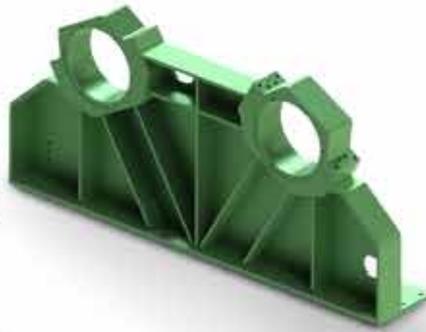
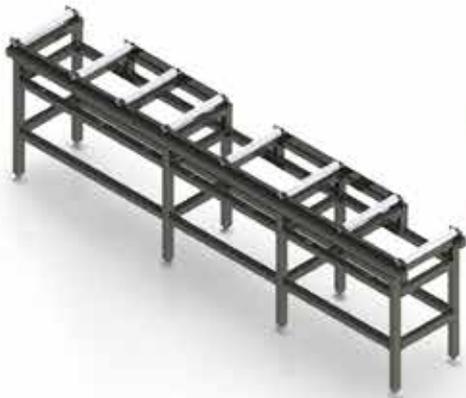


## O METAL AO SERVIÇO DA COMUNIDADE.

COLOCAMOS DIARIAMENTE A NOSSA EXPERIÊNCIA DE MAIS DE 40 ANOS AO SERVIÇO DOS NOSSOS CLIENTES, ESTUDANDO PARA CADA PROJETO A MELHOR SOLUÇÃO.



**AGOVI**  
METALMECÂNICA



## ÁREAS DE ATIVIDADE

### TORNEAMENTO E FRESAGEM

TORNOS CONVENCIONAIS E CNC  
CENTRO DE MAQUINAÇÃO

### CONSTRUÇÃO SOLDADA

SUBCONTRATAÇÃO OU FABRICO  
DE EQUIPAMENTOS

### DESENHO E PROJETO

EQUIPAMENTOS PERSONALIZADOS, À  
MEDIDA DAS NECESSIDADES

### MANUTENÇÃO INDUSTRIAL

REPARAÇÃO OU ADAPTAÇÃO DE  
EQUIPAMENTOS, MANUTENÇÃO  
PREVENTIVA



/AGOVIMETALMECANICA

GERAL@AGOVI.PT

**253 607 700**

#DUROSCOMOAOÇO



# Uma estrada de memórias com tanto para contar



Quanto mais antiga é a história de um país mais emocionante se torna percorrer alguns caminhos. O caso mais óbvio será o da Via Ápia em Roma, começada a construir em 312 a.C, e onde muitos troços estão ainda transitáveis nos nossos dias. Essa fantástica civilização romana também chegou a Portugal, séculos mais tarde como sabemos, e algumas das nossas estradas mais famosas têm percursos, pontes ou outros marcos que nos remetem para esse tempo. É o caso da Estrada Nacional 103.

Não há total consenso sobre o verdadeiro traçado dessa estrada muito antiga que ligava Bracara Augusta (Braga) a Astúrica Augusta (Astorga, Espanha) por Aquae Flaviae (Chaves). Mas muitos defendem que grande parte do traçado em território português faz parte daquela que hoje conhecemos por Estrada Nacional 103. Para muitos é a estrada de Braga a Chaves, mas começa mais no litoral e prolonga-se ainda mais para o interior. Atravessa assim todo o norte do país de uma extremidade à outra. O quilómetro zero fica numa rotunda de ligação à EN13 em Neiva, no concelho de Viana do Castelo, daí segue rapidamente para Esposende e, um pouco mais à frente, entramos já em Barcelos. Aqui sim, atravessamos todo o concelho e a própria cidade, cruzando o Cávado na icónica ponte medieval. Depois é seguir até Braga, num dos troços mais movimentados dos seus mais de 260 quilómetros de extensão.

Em plena cidade de Braga ainda nem a meio do percurso chegámos. É preciso começar a subir a Serra do Carvalho em direção à Póvoa de Lanhoso. Podemos fazer um pequeno desvio para visitar o centro da vila e o seu castelo que, do alto do impressionante maciço granítico, parece zelar por nós à distância enquanto seguimos para Vieira do Minho. No entroncamento das Cerdeirinhas fica uma das mais difíceis decisões – virar à direita rumo à sede do concelho e à Serra da Cabreira ou, um pouco mais à frente, descer em direção às pontes do Rio Caldo e à Serra do Gerês. Ou ainda, claro, seguir em frente e continuar pela EN 103 fora. São muitas as curvas e de rara beleza as deste troço que nos leva do Minho a Trás-os-Montes. Em cada escapatória da estrada, que nos recorda o antigo traçado, encontramos facilmente um miradouro

para o Gerês com a Cabreira a guardar-nos as costas. Depois das barragens da Caniçada e Salamonde, é com a albufeira da Venda Nova em fundo que entramos então em Montalegre. No topo do “Reino Maravilhoso” há muitos quilómetros a fazer ao longo das terras do Barroso, já num ritmo mais calmo, contornando o imenso espelho de água da albufeira do Alto Rabagão. Começamos então a descer em direção a Boticas, sempre com um horizonte a perder de vista, antes de entrar em território de Chaves. Mais uma cidade e um rio para atravessar nestas terras frias, agora o Tâmega. Tempo ainda para “espreitar” o extremo norte de Valpaços antes de entrar em Vinhais. A nossa road trip termina então em Bragança, décimo segundo município desta rota nortenha. Uma estrada de memórias vivas que tem tanto para contar. Esperamos continuar a partilhar algumas ao longo dos próximos meses. 





## **NACIONAL 103**

# **Do litoral minhoto ao interior transmontano de Portugal**

~~~~~

A Estrada Nacional 103 que rasga o país de lado a lado, ligando Viana do Castelo a Bragança, passando pelos concelhos de Esposende, Barcelos, Braga, Póvoa de Lanhoso, Vieira do Minho, Montalegre, Boticas, Chaves, Valpaços e Vinhais, é um dos roteiros rodoviários mais genuínos de Portugal. São ao todo 274 quilómetros que podem ser percorridos em toda a sua extensão ou em várias etapas, a pé, de carro, de mota ou de bicicleta.

É impossível elencar todo o potencial desta estrada tão antiga quanto bela. Certo é que, a orologia, vegetação e características paisagísticas que acompanham a viagem por doze concelhos, ao ritmo que esta vai sendo percorrida, revela peculiaridades surpreendentes que cambiam naturalmente conforme se atravessa o território do litoral ao interior norte português.

São algumas dessas metamorfoses físicas, mas igualmente transformações culturais que destacamos neste roteiro da N103, um road book que atravessa várias áreas protegidas, reservas da Biosfera Transfronteiriça da UNESCO: Planalto Ibérico, Parque Natural de Montesinho, Parque Nacional da Peneda Gerês, Parque Natural do Litoral Norte. Uma estrada que é ladeada por grandes e pequenos rios – Rabaçal, Tâmega, Beça, Cávado, Neiva - e por diferentes serras: Montesinho, Padrela, Larouco, Gerês... Conflui paisagem rural e urbana com monumentalidade de todas as épocas e estilos arquitetónicos, inclusive classificada Património da Humanidade pela UNESCO; cruza territórios de produtos endógenos ímpares, raças autóctones, zonas de caça e de pesca; miradouros impressionantes; praias

atlânticas e fluviais; múltiplos equipamentos culturais; complexos de golfe, termas, hipismo, atividades de natureza, desportos aventura ou enoturismo e alguma da melhor gastronomia do país, além de tradições imemoráveis.

Esta magnífica estrada descrita em grande parte no livro “Viagem a Portugal” do Prémio Nobel da Literatura, José Saramago, é tudo isto e muito, muito mais. No percurso existem equipamentos de apoio em várias zonas da estrada e nas sedes de concelho, bem como cafés, restaurantes, esplanadas, unidades de alojamento e empresas de animação turística preparadas para dar asas à imaginação na preparação de atividades lúdicas para tornar a experiência pela Nacional 103 verdadeiramente épica!

Faça-se à estrada... 

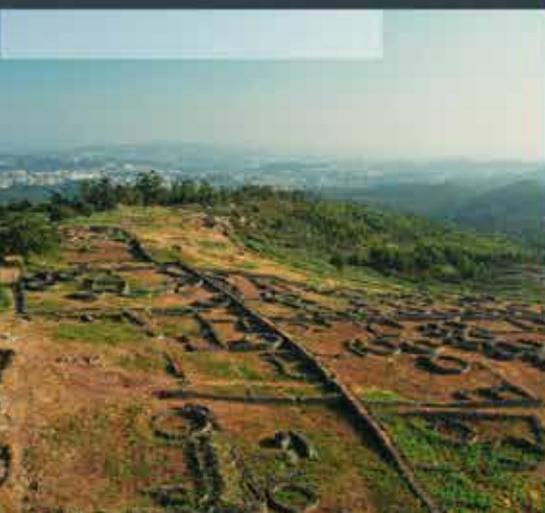


# — Guided by NATURE.PT



## Deixe-se guiar pela natureza do Douro, Tâmega e Sousa.

No Norte de Portugal, há um mundo de atividades de natureza para explorar. Num território unido pelos rios Douro, Tâmega e Sousa, são as serras, os vales e os cursos de água que indicam o caminho ao encontro da natureza. Conheça os percursos a fazer, os lugares a visitar e a cultura regional a descobrir.



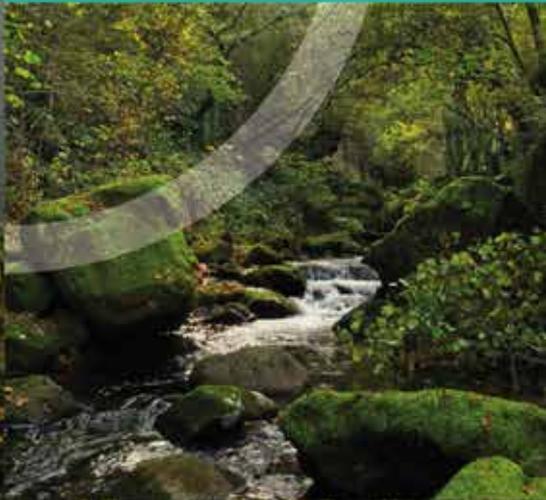
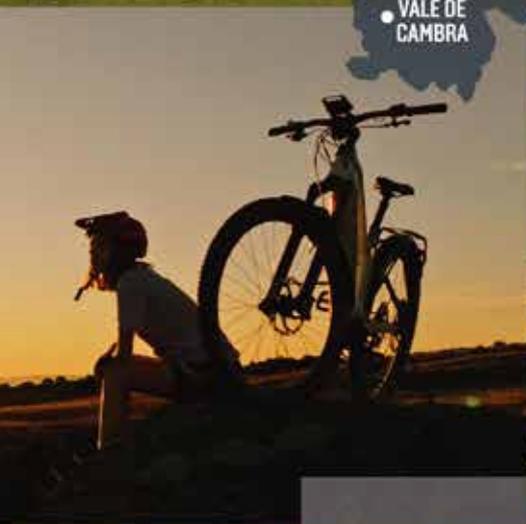
[www.guidedbynature.pt](http://www.guidedbynature.pt)



Descubra a natureza aqui



A natureza  
chama por ti...  
A natureza guia  
o nosso coração!



Casa da Portela - Rua Dr. Miguel Pinto Martins, 35  
4600-090 Amarante  
+351 255 437 470 (chamada para rede móvel nacional)  
geral@douroetamega.pt | www.douroetamega.pt







O Passadiço do Barranco do Demo, apesar de, por si só, ter unicamente um quilómetro, está integrado num percurso pedestre circular com cerca de 6,5 quilómetros. Ao longo de toda esta extensão, os visitantes podem fazer um desvio para conhecer o Cerro do Castelo de Alferce, um sítio arqueológico classificado desde 2013. As ruínas da fortaleza remontam à ocupação islâmica, sendo que já foram encontrados vestígios de presença humana desde a Idade do Bronze. Recentemente, o município de Monchique até procedeu à construção de um miradouro no Cerro do Castelo, localizado a 487 metros de altitude. A partir daqui os visitantes podem desfrutar de “uma vista inigualável” sobre o interior algarvio, a Barragem de Odelouca e as cidades costeiras de Portimão e Albufeira.

Ao regressar, os turistas podem utilizar o Parque de Merendas da Azenha para descansar e recuperar energias. Já na aldeia é possível visitar a Igreja Matriz de São Romão, datada de 1578, o Pólo Museológico de Arte Sacra e apreciar a arquitetura tradicional da serra algarvia. Brevemente, será inaugurado o Centro Interpretativo do Cerro do Castelo de Alferce, um espaço museológico dedicado aos usos e costumes da população local e aos artefactos encontrados durante as escavações no sítio arqueológico.

Além do percurso já mencionado, existem outros trilho e pequenas rotas, como por exemplo os PR08 e PR09 de Monchique, que por sua vez também fazem a interligação ao Passadiço e à Via Algarviana. “Portanto, temos muita oferta para a escolha dos nossos visitantes”.

## As particularidades do Passadiço e o futuro de Alferce

A singular paisagem que se funde com o passado da aldeia é o que distingue o Passadiço do Barranco do Demo e os trilhos em redor. Através dos caminhos pedestres existentes é possível conhecer caminhos antigos, tradições e gastronomia locais, assim como contemplar a natureza em todo o seu esplendor, criando-se assim uma simbiose de aventuras e sabores que ficam na memória de quem visita a região. “É por tudo isto que grande parte dos nossos visitantes são recorrentes e gostam de manifestar essa vontade de repetição das experiências memoráveis”.

Com os olhos postos no futuro, a autarquia já deu “os primeiros passos” para pôr em marcha um projeto de ampliação desta mais recente infraestrutura, está ainda a aguardar o parecer das entidades competentes para a construção de uma via ferrata, “que será única no Algarve”, assim como tem em análise a construção de um centro reprodutor de espécies autóctones de peixes da bacia do Arade. No âmbito das atividades de alojamento, esperam inaugurar uma área de serviço de autocaravanas e um albergue ainda este ano.

“Com estes projetos, pretendemos alargar a oferta disponível no âmbito do turismo de natureza, de modo a atrair mais visitantes para a freguesia de Alferce”. 

# Work Trend Index traça tendências do mercado laboral para o futuro



De acordo com o mais recente Work Trend Index, relatório que traça as principais tendências do mundo do trabalho, quase metade da população está a considerar mudar de emprego no próximo ano. Dá ainda conta de que o conhecimento em Inteligência Artificial é cada vez mais tido em conta pelos novos empregadores.



A Microsoft divulgou mais uma edição do Work Trend Index, realizado, desta feita, em conjunto com o LinkedIn. Esta parceria surgiu com o intuito de fornecer uma visão mais abrangente de como a Inteligência Artificial (IA) generativa está não só a reformular o dia a dia de colaboradores, líderes e empresas, mas também o próprio mercado de trabalho.

Segundo o relatório, não só há cada vez mais pessoas a pensar em dar um novo rumo à carreira, como existem empregos disponíveis que darão prioridade a trabalhadores com competências de IA. Ou seja, 46% das pessoas em todo o mundo estão a ponderar demitir-se já em 2025, uma percentagem recorde desde a Grande Demissão de 2021.

Nesta conjuntura, o conhecimento em IA está a ser cada vez mais valorizado pelos novos empregadores, com dois terços dos líderes a afirmarem não contratar alguém sem competências nesta tecnologia, enquanto 55% referem estar preocupados com a falta de talentos suficientes para preencher vagas ainda este ano, sendo as áreas de cibersegurança, engenharia e design criativo as que mais registam esta escassez.

No contexto laboral, o Work Trend Index demonstra que três em

cada quatro trabalhadores especializados já usam IA generativa, destacando como benefícios desta utilização a poupança de tempo, o aumento da criatividade e a possibilidade de se concentrarem no trabalho mais importante.

Do lado dos líderes, embora 79% dos inquiridos concordem que a adoção da IA seja fundamental para as organizações se manterem competitivas, 59% estão preocupados em quantificar os ganhos de produtividade desta tecnologia e 60% temem que a empresa que lideram não tenha uma visão e um plano para implementá-la. Se de um lado estão os líderes, que sentem a pressão para transformar os ganhos de produtividade individuais em impacto organizacional, do outro estão os colaboradores que não pretendem esperar pela apresentação dos benefícios. Prova disso é o facto de 78% dos utilizadores de IA estarem a trazer as próprias ferramentas de IA para o trabalho.

Consoante a pesquisa, baseada num inquérito a 31 mil pessoas em 31 países, mais de 90% dos utilizadores avançados afirmam que esta tecnologia torna a carga de trabalho avassaladora mais fácil de gerir e o trabalho mais agradável. 

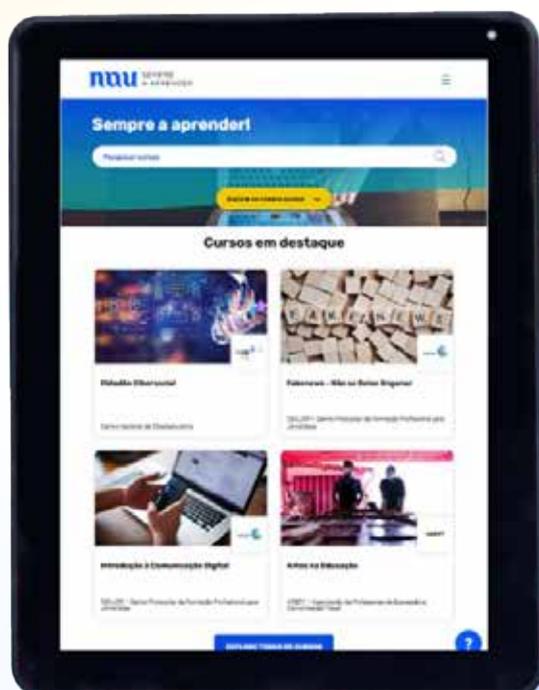
# nau SEMPRE A APRENDER

**NAU, a plataforma de formação online portuguesa que permite estar sempre a aprender.**

**+ de 180 cursos disponibilizados nos últimos 3 anos**  
**+ de 40 entidades parceiras ativas nos últimos 3 anos**  
**+ de 300.000 pessoas registadas na plataforma**  
**+ de 800.000 inscrições nos cursos**

**média de 3.300 pessoas inscritas por curso**

**20.000 pedidos de apoio por parte das equipas e os utilizadores com uma taxa de satisfação 4,6/5,0**



# NAU: uma plataforma de conhecimento para todos

A plataforma NAU é um serviço digital da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, desenvolvida e gerida pela FCCN, que disponibiliza inúmeros cursos abertos e acessíveis a todos, desde 2019. Em entrevista à IN Corporate Magazine, Pedro Cabral, gestor de projeto, explica-nos os detalhes desta plataforma pioneira a nível nacional.



Há dez anos, o MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts) e Instituições do Ensino Superior com impacto mundial decidiram criar uma plataforma de MOOCs (Massive Open Online Courses). A partir daqui começaram a emergir projetos semelhantes em várias partes do mundo, incluindo Portugal. Dada a ligação da FCCN, serviços digitais da FCT, especificamente com o ensino superior, consideraram que seria necessário criar uma plataforma, em português, que tivesse cursos abertos, em formato online, destinados à lusofonia onde se pudesse partilhar conhecimento científico - assim nasce a NAU. Se inicialmente estava pensada e estruturada para o contexto do ensino superior, rapidamente perceberam que poderia ser algo mais abrangente que atingisse quer a administração pública, quer o setor privado. Desde que começou a operar, em 2019, e até ao final de abril deste ano, já viabilizou um total de 214 cursos, de diversos temas e com níveis de dificuldade diferentes. Para usufruir dos conhecimentos providenciados pelos parceiros da NAU é apenas necessário um registo na plataforma e depois aceder a qualquer curso que esteja disponível, uma vez que todos têm acesso livre.

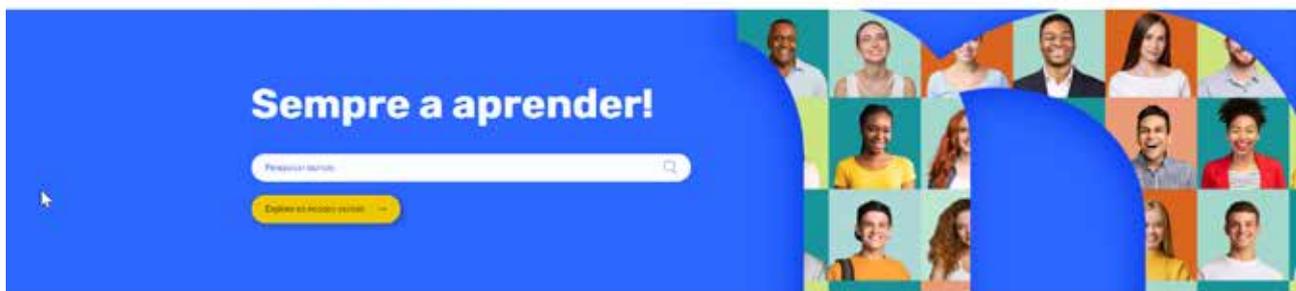
## As vantagens de ser parceiro da NAU

A NAU tem diversos parceiros, tanto da Administração Pública Portuguesa, do Ensino Superior e de Entidades Privadas. “Diria que são um dos pontos-chave, a par dos utilizadores”, refere Pedro Cabral. Apesar do diferente ritmo de criação de cursos por parte das entidades formadoras, “todas são vitais e críticas” para a vida da plataforma.

Estas parcerias também acabam por ser uma boa forma de as entidades chegarem a pessoas que de outra forma não chegariam, isto porque cada uma delas ao trazer um pouco daquilo que são os

**“A Nau – Sempre a Aprender é chave para a afirmação da língua portuguesa na área do conhecimento. Desde o seu lançamento, a Plataforma Nau já ultrapassou os 300.000 utilizadores, com mais de 800.000 inscrições e 370.000 certificados. Mas temos espaço para crescer em instituições aderentes, número de cursos e participantes, multiplicando o impacto e suprimindo as necessidades de requalificação até 2030”.**

João Gomes, diretor de área da FCCN, serviços digitais da Fundação para a Ciência e a Tecnologia



Cursos em destaque



**“Os cursos disponíveis na Plataforma NAU são tão válidos como um curso presencial, pois existe por trás de cada um deles uma equipa de formadores que assegura o conhecimento do ponto de vista científico e, claro, a equipa da NAU está sempre disponível para apoiar tanto os “estudantes” como os produtores de conteúdos, como é o caso da Universidade do Porto”.**

**Teresa Correia, Coordenadora da Unidade de Inovação Educativa da Universidade do Porto**

seus públicos, também acaba por beneficiar dos de outras entidades. “Eu acho que é esse efeito de escala que a NAU tem que é bastante interessante, tanto que a média de inscrições dentro de cada curso, neste momento, está a rondar as 3.600 pessoas”, comenta o gestor de projeto. Outro dos aspetos que pode ter importância para as entidades é o acordo firmado com a edX.org, a segunda maior plataforma mundial, onde poderão figurar os cursos disponíveis atualmente na NAU, sob a égide da marca PortugalX. “Esta nova parceria também abre um espaço a uma maior internacionalização por parte das entidades, sendo que a NAU acaba por ser um bom veículo para a difusão do conhecimento e para a divulgação das entidades a uma escala mundial”.

**O balanço, os objetivos e as expectativas para o futuro**

“O balanço é bastante positivo”, muito graças aos períodos de confinamento da Pandemia de Covid-19, em que houve mais de

dez mil pessoas a registarem-se mensalmente na plataforma. Não obstante, e contrariando a tendência mundial, 2023 foi até então o melhor ano, dado que, no total, tiveram cerca de 60 mil pessoas a aderir à NAU. “Isto significa que ainda há aqui uma margem de manobra de crescimento muito grande, que se confirma, por exemplo, com este primeiro quadrimestre, pois até abril já tivemos mais de 35 mil pessoas a registarem-se, o que significa, ou pelo menos tudo indica, que este ano vamos superar os anteriores números”. Ter cada vez mais parceiros, cada vez mais trabalho e cada vez mais profissionais para apoiar nas estratégias das entidades são alguns dos objetivos do gestor de projeto. “Dentro daquilo que é a missão de cada entidade, pretendemos ser mais um elemento na engrenagem da estratégia das instituições”. Pelos resultados conseguidos até então, Pedro Cabral acredita que possam continuar a crescer com as atuais entidades, bem como com outras que se venham a juntar ao projeto. Relativamente ao facto de estarem sob a alçada do Plano de Recuperação e Resiliência, refere que os financiamentos têm sido úteis para crescer e para oferecer, do ponto de vista tecnológico, soluções mais adequadas a quem os procura. “Com esta verba, vamos desenvolver mais alguns cursos em áreas que consideramos críticas e que possam ser bastante úteis para o contexto nacional”.

**“É impressionante a quantidade de pessoas que ajudam com esta iniciativa. Graças à NAU aprendo sobre temas incríveis que nunca pensei que existissem como a Supercomputação por exemplo, e ao mesmo tempo estou a melhorar as perspetivas de progressão profissional dentro da AP”.**

**Nuno Tamm Gomes, Técnico Superior**

# Cruzamento de conhecimentos, culturas e contactos entre Macau e Portugal



A Universidade de São José é uma instituição católica internacional, de matriz portuguesa, com sede em Macau. Em entrevista à IN Corporate Magazine, Jenny Lao Phillips, diretora da Faculty of Business and Law, aborda, entre outros assuntos, a criação de uma delegação permanente em Portugal, com lançamento previsto para 2026.



Jenny Lao Phillips, diretora da Faculty of Business and Law

Caraterizada como entidade sem fins lucrativos, a Universidade de São José (USJ) foi fundada em 1996, através da colaboração entre a Diocese de Macau e a Universidade Católica Portuguesa. A instituição surgiu com o intuito de atribuir à região onde se encontra sediada uma universidade imbuída de um ethos cristão, promover o património cultural e espiritual de Macau, defender os mais altos padrões académicos de ensino, aprendizagem e investigação, através de uma comunidade académica multicultural. “Acolhemos todos os que procuram a excelência académica, independentemente da sua filiação étnica, social ou religiosa”.

## A chegada da Universidade de São José a Portugal

Para celebrar o 25º aniversário e em reconhecimento do crescente intercâmbio entre Macau e Portugal, que querem que seja “cada vez mais sólido e profundo”, decidiram constituir uma delegação permanente com escritório em Portugal, num espaço cedido pelo Centro Científico e Cultural de Macau (CCCM), parceiro com quem desenharam o projeto “USJ-CCCM Macau Academic Hub and Spin Incubator”.

Apesar de não oferecer cursos aos estudantes em Portugal, a iniciativa irá “impulsionar o desenvolvimento de projetos colaborativos de âmbito académico, cultural, social e empresarial entre académicos e estudantes da USJ com instituições parceiras de Portugal, Europa e Países de Língua Portuguesa”. O lançamento deste projeto está previsto para 2026, coincidindo com o 450º aniversário do estabelecimento da Diocese de Macau.

As futuras gerações de jovens de vários países asiáticos, da Europa e dos Países de Língua Oficial Portuguesa terão neste espaço uma plataforma para darem a conhecer as suas ideias e porem em prática a criatividade que possuem.

“A vitalidade deste projeto desenvolvido através do eixo Lisboa-Macau terá um impacto importante na cooperação internacional”. Este eixo apoiará indivíduos, empresas e instituições no desenvolvimento de projetos de empreendedorismo científico, cultural, social e empresarial. A sua importância reside, essencialmente, em estimular o desenvolvimento pessoal e profissional através de soluções encontradas

com parceiros globais.

De acordo com a diretora, a USJ “é um ótimo lugar para desenvolver a rede de contactos dos alunos, com colegas de diferentes países e culturas”. No programa de licenciatura em gestão facilitam o acesso a uma importante rede de contactos empresariais que permite aos alunos a comunicação com o ambiente empresarial da região durante os quatro anos do curso. “Assim, os estudantes têm oportunidade de se divertirem, conhecer lugares e pessoas diferentes, incluindo profissionais de negócios, enquanto terminam uma licenciatura em Gestão de excelência”.

## A importância da Faculty of Business and Law

A Faculty of Business and Law (FBL) acentua a visão das empresas que têm por objetivo resolver questões sociais. Reconhecendo as limitações da aprendizagem em sala de aula, priorizam a exposição ao mundo real através de visitas a empresas e instituições em Macau e na Região da Grande Baía (GBA), pois consideram que eventos regionais e sessões de especialistas dos vários setores mantêm os alunos atualizados sobre os desenvolvimentos globais. “Ao contrário dos nossos homólogos, durante os quatro anos da licenciatura ajudamos os nossos alunos a desenvolver a sua rede de contactos de negócios”. A título de exemplo, para os estudantes pós-graduados organizam eventos de networking, com especialistas dos vários setores.

Os programas de pós-graduação que disponibilizam, para além de atraírem pessoas de diferentes áreas profissionais, foram construídos para melhorar o pensamento crítico e a criatividade dos alunos e para incentivar o trabalho em equipa entre estudantes de pós-graduação, com diferentes experiências e antecedentes culturais. Desta forma, os alunos criam uma ligação próxima entre si e com os professores, provenientes também de culturas variadas. A FBL organiza mensalmente Masters Talks, convidando mestres de diferentes disciplinas para partilharem as suas experiências com os alunos

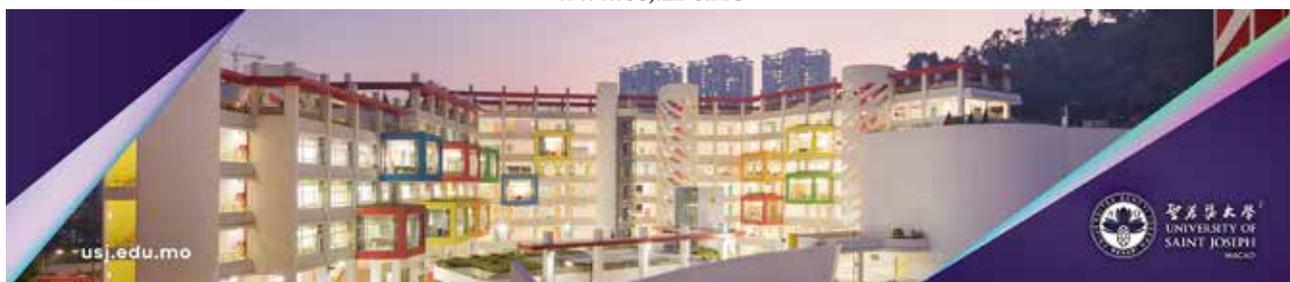


de mestrado, dando-lhes a oportunidade de conhecer diferentes indústrias e de trocar ideias com colegas de programas distintos.

A Faculdade possui ainda estreitas relações com empresas locais por meio das Câmaras de Comércio, promovendo a colaboração e a partilha de conhecimento com os alunos. “Criámos a Macau Spin, uma incubadora que apoia estudantes no desenvolvimento de ideias de negócio, apoiando também startups de Países de Língua Portuguesa”. Através de iniciativas como a “Sustainable Business Series”, estabelecem parcerias com Câmaras Empresariais Europeias para promover práticas sustentáveis e fomentar oportunidades de negócios dentro da megalópole. “Este esforço colaborativo sublinha o nosso compromisso de unir o ensino à indústria para um crescimento económico sustentável”.

Para além da GBA Network e da Macau Spin, a USJ destaca-se com a Série de Negócios Sustentáveis, que inclui palestras, discussões do setor, investigação e cursos de curta duração em sustentabilidade empresarial, com o Laboratório de Neurociências Aplicadas, onde foram pioneiros na investigação em neuromarketing e neuroeconomics na região e com os projetos em Direito e Resolução Alternativa de Litígios, onde oferecem formação jurídica para empresas e outros profissionais e estão a desenvolver colaborações com Centros de Arbitragem da região para facultar formação em arbitragem a profissionais jurídicos e empresários. 

[WWW.USJ.EDU.MO](http://WWW.USJ.EDU.MO)



# Autenticidade e Qualidade, o segredo do Chez Sónia



“Lisboeta açoriana”, Sónia Melo, é uma eterna amante da gastronomia. Fruto dessa paixão, nasceu, em São Miguel, nos Açores, o Chez Sónia, um serviço de Private Chef, que se destaca por oferecer aos seus clientes experiências únicas e memoráveis, utilizando ingredientes locais, frescos e sazonais.

**Ainda que tenha apenas iniciado a atividade como Private Chef em 2017, o seu percurso pelo mundo da gastronomia começou a ser traçado antes. O que a levou a dar um passo em frente, tornar-se Chef e começar a disponibilizar esta experiência culinária única?**

A minha caminhada no mundo da cozinha começou há 18 anos, como foodblogger. Ao longo dos anos, desenvolvi os meus dotes culinários, fiz workshops, showcookings, tirei o curso de cozinha e fui recebendo um feedback muito positivo. Esse apoio constante incentivou-me a levar esta minha paixão para o próximo nível. Foi uma progressão natural. Sentia-me confiante nos meus dotes culinários e tinha um desejo enorme de oferecer uma experiência gastronómica única e personalizada. Além disso, sempre fui apaixonada por criar momentos memoráveis através da comida e ser Private Chef permite-me fazer isso de forma muito pessoal, pois posso realmente atender às preferências individuais de cada cliente.

**O conceito de Private Chef tem-se popularizado, porém, para muitos, continua a ser um campo desconhecido. Assim, a partir do momento em que alguém a contrata, como se desenrola o processo?**

O processo é completamente personalizado e adaptado às necessidades e preferências individuais de cada cliente. Começo por compreender o evento em si, os pormenores. Esta etapa é crucial para garantir que cada refeição seja uma experiência única e satisfatória. Depois o menu é elaborado em conjunto com o cliente. Fazemos também as compras, sempre em busca

dos produtos mais frescos e sazonais e com qualidade acima da média. No dia do evento, chego ao local com toda a logística necessária. A partir daí, preparamos e servimos cada prato com todos os detalhes, garantindo que cada sabor seja aperfeiçoado e cada apresentação seja impecável.

Os nossos serviços adicionais passam por decoração personalizada do espaço, bolos comemorativos, uma boa carta de vinhos, música ao vivo, visitas ao mercado e ainda podemos arranjar guias turísticos de carro o dia inteiro. Nunca esquecendo, arrumamos e limpamos o espaço após o evento. O objetivo é proporcionar uma experiência culinária completa e sem preocupações, onde o cliente possa simplesmente relaxar e desfrutar.

**O negócio está sediado em São Miguel, nos Açores. De que forma esta localização magistral impulsiona a autenticidade e qualidade dos pratos?**

Sem dúvida que a localização de São Miguel desempenha um papel fundamental na autenticidade e qualidade dos pratos. A localização permite-me utilizar ingredientes frescos, locais, sazonais e biológicos. A qualidade desses ingredientes é incomparável, o que se reflete diretamente na excelência e no sabor. A localização dos Açores é mais do que apenas um cenário deslumbrante; é uma fonte inesgotável de inspiração e qualidade que impulsiona a autenticidade e a excelência.

**Apesar de todos os benefícios proporcionados pela privilegiada localização insular do território onde trabalha, considera que quem tem o arrojo de abrir um negócio nas Ilhas se vê a**



**“Gosto de combinar tradição e inovação para oferecer uma experiência gastronómica verdadeiramente única e memorável”**



**braços com mais desafios e obstáculos? Se sim, no seu caso em particular, quais destacaria?**

Sem dúvida que abrir um negócio aqui apresenta desafios únicos que requerem determinação e adaptação, mas também puxa pela nossa criatividade e resiliência. Um dos principais desafios é a logística e o acesso a certos ingredientes e produtos, especialmente aqueles que não são produzidos localmente. Além disso, a sazonalidade e a variação climática podem afetar a disponibilidade de alguns ingredientes ao longo do ano, exigindo flexibilidade na criação de menus sazonais e na adaptação às condições locais. Apesar destes desafios, considero que cada obstáculo é uma oportunidade para crescer e inovar.

**Muito se fala no “estilo de cozinha” de cada Chef e na singularidade das respetivas criações. Dessa forma, como descreveria o seu estilo culinário?**

Gosto de combinar tradição e inovação para oferecer uma experiência gastronómica verdadeiramente única e memorável. Gosto da fusão de influências e inspirações, a riqueza dos ingredientes e as tradições da cozinha portuguesa. Considero-me uma defensora da culinária contemporânea com raízes tradicionais, em busca de equilibrar técnicas modernas com sabores autênticos e familiares.

**Este ano foi distinguida com o Prémio Cinco Estrelas Regiões – Açores, na categoria “Private Chef”. Tendo em conta que esta**

**distinção prestigia o que de melhor existe e se faz em Portugal, qual foi a importância de a receber?**

Receber este Selo é uma honra e um reconhecimento do meu trabalho e dedicação à gastronomia. O Prémio Cinco Estrelas Regiões é muito mais do que uma simples distinção. É um selo de qualidade baseado numa metodologia rigorosa, que avalia produtos, serviços e marcas em Portugal durante todo o ano. Isto coloca-nos num grupo seleto de marcas que são reconhecidas pela excelência e pelo alto nível de satisfação que proporcionamos aos consumidores. Estou verdadeiramente honrada por fazer parte desta distinção e de uma comunidade de marcas que se esforçam constantemente para oferecer o melhor aos seus clientes.

**Apesar de este ser o Prémio mais recente, não é o único. Todos estes reconhecimentos são importantes e, certamente, gratificantes. De que forma a ajudaram a consolidar a sua reputação e fortalecer a posição do negócio no mercado culinário regional e nacional?**

Estes reconhecimentos, que vou recebendo ao longo do tempo, são mesmo muito importantes e gratificantes para consolidar a minha reputação e fortalecer a posição do meu negócio no mercado, tanto regional como nacional. Validam a qualidade do meu trabalho, o compromisso com a excelência e aumentam a credibilidade do meu negócio perante os clientes. Incentivam-me a evoluir e a inovar na minha arte.

**No futuro, quais são os planos da Chef Sónia para se manter atualizada, continuar a oferecer experiências culinárias inovadoras e expandir a sua carteira de clientes?**

Posso apenas dizer que o meu objetivo é continuar a evoluir e a inovar como Private Chef, oferecendo experiências culinárias únicas e memoráveis que encantem os meus clientes e promovam a nossa riqueza gastronómica. Estou ansiosa para o que o futuro me reserva e estou determinada a alcançar novos patamares de sucesso na minha carreira culinária. 🍷

WWW.CHEZSONIAPRIVATECHEF.COM

📸 AZORESPRIVATECHEF 📱 PRIVATECHEFCHEZSONIA 📺 SONIAMELOFOODBLOGGER



## MOB: Excelência e Inovação no mobiliário de cozinha

Líder na indústria, a empresa portuguesa redefiniu os padrões de excelência e eficiência na produção. Com os olhos postos no futuro, Ricardo Campos, administrador da Visabeira Indústria, revela-nos um pouco da fórmula para o sucesso.

**Ao longo de 36 anos de história, a missão da MOB Cozinhas mantém-se inalterada: elevar a oferta de mobiliário de cozinha. Num mercado altamente competitivo, o que distingue a marca das demais? Como garantem a excelência em cada projeto desenvolvido?**

A MOB Cozinhas destaca-se no mercado de mobiliário de cozinha não apenas pela qualidade dos produtos, mas também pela abordagem única e personalizada a cada projeto. Os materiais utilizados têm uma qualidade e durabilidade excepcionais e as soluções de arrumação são pensadas para conferirem funcionalidade e adaptabilidade. O compromisso com a excelência começa com a escuta atenta das necessidades e desejos de cada cliente, permitindo-nos criar soluções que não apenas atendam, mas excedam as expectativas. Cada projeto é único, cada detalhe é tido em consideração. Além disso, investimos continuamente em tecnologia de ponta e materiais de alta qualidade, combinados com a habilidade artesanal dos nossos profissionais, para garantir que cada peça produzida seja verdadeiramente excepcional.

**Ao estar integrada no Grupo Visabeira, que abarca marcas como a Bordallo Pinheiro ou a Vista Alegre, a MOB beneficia não apenas da sua própria reputação de excelência, mas também da expertise acumulada ao longo dos anos por estas marcas. Como é que a sinergia entre as várias empresas do grupo fortalece a posição da MOB no mercado e influencia a sua abordagem à inovação e qualidade?**

A integração no Grupo Visabeira é um fator que contribui evidente e significativamente para a nossa excelência. A sinergia entre as várias empresas do grupo fortalece a posição da MOB no mercado, permitindo-nos alavancar as melhores práticas e utilizar os melhores recursos e tecnologias disponíveis. Esta colaboração transversal influencia diretamente a nossa abordagem à inovação e qualidade, incentivando-nos a procurar constantemente novos materiais e processos que nos permitam oferecer produtos de alta qualidade e soluções inovadoras aos nossos clientes.

**No ano passado, deram por concluída a renovação da vossa única fábrica, em Viseu. Quais foram as principais melhorias implementadas no processo de produção e de que forma isso se refletiu na experiência final do cliente?**

Desde a modernização dos equipamentos até à otimização dos fluxos de trabalho, cada etapa foi cuidadosamente revista e aprimorada para garantir uma produção mais eficiente e de alta qualidade. As principais melhorias incluíram a introdução de tecnologias de ponta para aumentar a precisão e a consistência na fabricação de móveis, bem como a implementação de práticas sustentáveis para reduzir o impacto ambiental. Todas estas melhorias refletiram-se diretamente na experiência final do cliente. Com processos mais eficientes, conseguimos garantir uma maior durabilidade dos materiais e melhoria nos acabamentos. Temos orgulho em ser uma empresa nacional com produção 100% portuguesa.

**Cada vez mais, a sustentabilidade é uma preocupação crescente. Como é que a MOB integra práticas sustentáveis na sua produção? Poderia destacar algumas iniciativas específicas que contribuem para a redução do impacto ambiental dos processos de fabrico?**

Estamos comprometidos em integrar práticas sustentáveis em todas as fases do processo de produção. Uma das iniciativas mais importantes que implementamos é a utilização de materiais sustentáveis e de origem responsável. Optamos por trabalhar com fornecedores que seguem práticas éticas e ambientalmente responsáveis na extração e produção de materiais, como madeira certificada e reciclada. Investimos em tecnologias e processos que visam reduzir o desperdício de materiais e energia. Implementamos sistemas de reciclagem e reutilização de resíduos, bem como práticas de eficiência energética em toda a nossa fábrica. A sustentabilidade não é apenas uma tendência, é parte integrante da nossa visão para o futuro.

**Atualmente, possuem três pontos de atendimento fixos, em Lisboa, no Porto e em Viseu. Possuem uma rede de parceiros e distribuidores abrangente que possibilite um alcance efetivo junto dos clientes de outros pontos do país?**

Sim, além dos nossos três pontos de atendimento fixos, os nossos showrooms estrategicamente localizados em zonas premium em Lisboa, Porto e Viseu, contamos com uma ampla rede de parceiros oficiais e distribuidores em todo o país, garantindo um alcance efetivo e uma experiência de qualidade para os clientes em todas as regiões.

**A internacionalização é uma parte importante da estratégia da marca. Em que mercados internacionais já estão presentes e como ajustaram a oferta a diferentes culturas e preferências?**

Atualmente realizamos trabalhos em mercados como os Emirados Árabes Unidos, Angola e Moçambique e um pouco por toda a Europa. A nossa equipa comercial tem também participado em feiras e conferências estratégicas. Recentemente, estivemos no Salone del Mobile em Milão, onde estabelecemos



contactos importantes para possíveis colaborações futuras. Esta abordagem permite-nos adaptar os nossos produtos e serviços às necessidades específicas de cada mercado.

**A par desta expansão, certamente, existiu a necessidade de adequar a estratégia de marketing e vendas, de forma a conseguirem alcançar o sucesso em outros mercados. Quais foram as principais adaptações e como se refletiram nos diferentes públicos?**

Ao expandir para novos mercados, reconhecemos a importância de adaptar a estratégia de marketing e vendas. Implementamos campanhas mensais direcionadas aos clientes finais, aumentando o foco no marketing digital para alcançar um público mais vasto de forma mais democrática. Além disso, fortalecemos parcerias e procuramos ativamente novos agentes para serem representantes dos nossos produtos. Investimos em eventos presenciais, como showcookings nos showrooms, para aumentar a presença física, e divulgamos os nossos espaços nas redes sociais para criar uma ligação mais próxima com os clientes. Estas adaptações permitem-nos criar uma estratégia mais abrangente e eficaz.

**No futuro, quais são os planos da MOB para continuar na vanguarda da inovação no mercado de mobiliário de cozinha?**

No futuro, estamos empenhados em manter-nos na vanguarda da inovação no mercado de mobiliário de cozinha. Remodelámos recentemente a nossa fábrica, apostando na renovação profunda da fábrica, localizada na zona industrial de Viseu, com um investimento de cerca de 20 milhões de euros. Os processos de fabrico estão agora enquadrados no conceito de indústria 4.0, impulsionado por tecnologias inovadoras, trabalhando em conjunto com o know-how acumulado e depurado pela mob ao longo dos anos. Hoje, a fábrica apresenta-se como uma das mais modernas na produção de mobiliário de cozinha a nível europeu. Além disso, trabalhamos constantemente em novos projetos para garantir que continuamos a oferecer aos nossos clientes produtos de alta qualidade que atendam às suas necessidades e expectativas em constante evolução. Estamos entusiasmados em partilhar mais detalhes sobre esses planos à medida que avançamos. 

# Festas de São João voltam a encher as ruas de Braga



Trazendo onze dias de intensa programação, que pretendem encher a cidade com alegria e tradição, as Festas de São João de Braga regressam de 14 a 24 de junho.

As Festas de São João de Braga estão de volta de 14 a 24 de junho, com onze dias de programação, sete cortejos, 365 entidades e cerca de dez mil pessoas envolvidas. As ruas da cidade voltam a fervilhar com as tradições locais, das quais se destacam o Cortejo Sanjoanino, no dia 24 de junho, os habituais momentos dedicados ao cavaquinho, cabeçudos e gigantones, o folclore e a etnografia. “O S. João de Braga não se resume apenas a uma noite de folia”, sublinha o presidente da Câmara Municipal bracarense, Ricardo Rio, na conferência de imprensa de apresentação das festas. “O S. João é uma manifestação de cariz cultural e identitário que se estende por onze dias, num programa que envolve toda a comunidade que vive as tradições de forma genuína”, acrescenta. Este ano, o Cortejo das Rusgas será o tema principal do cartaz e das decorações de rua. Este momento emblemático das sanjoaninas bracarenses destaca as tradições locais, com grupos de romeiros que cantam e dançam, percorrendo várias artérias do Centro Histórico e culmina na Avenida da Liberdade. Enquanto isso, neste que é o São João mais antigo do país, no cartaz musical figuram as atuações da Banda Filarmónica da GNR, Ana Malhoa, David Carreira, The Gift, entre outros projetos musicais.

De entre as 270 horas de programação, vale ressaltar, no dia 14 de junho, a apresentação do livro “Trajar no S. João de Braga” e a habitual cerimónia de acender das luzes das decorações de rua

que darão cor à cidade minhota. No dia 15, a Praça da República acolhe o evento “Todos ao Bombo” e o Largo de S. Francisco será palco para o festival “Braga Capital do Cavaquinho”.

No dia 16 o destaque vai para o Cortejo Etnográfico, que irá percorrer as principais ruas da cidade, e para o festival Folclórico das Festas de S. João, que terá lugar na Avenida Central. O grupo musical “Siga a Farra”, no dia 18, assume a animação, com um concerto junto à Igreja de S. João do Souto.

Durante a semana a festa continua e, no dia 19, o Theatro Circo volta a acolher a Gala Sanjoanina que contará com a participação da Banda Sinfónica da GNR. No dia 21, a Praça Municipal será o ponto de partida do Cortejo Histórico, um momento evocativo das raízes e tradições destas festas sanjoaninas.

Ainda assim, o ponto alto acontece nos dias 22, 23 e 24 de junho, com despiques de bombos, o Cortejo Internacional de Gigantones e Cabeçudos, o concerto da Ana Malhoa, a abertura oficial das festas na Praça Municipal, a homenagem ao mestre Veiga, o Cortejo das Rusgas e o concerto de David Carreira. No dia 24 decorre o famoso e tradicional Cortejo Sanjoanino, com o Carro das Ervas, o Carro do Rei David e o Carro dos Pastores, depois, à noite, as comemorações terminam com chave de ouro ao som de um concerto dos “The Gift”.



# Zoomarine®

*Oceans of Fun*

**Os melhores dias  
das suas férias!**

O Zoomarine é acreditado por





## O parque temático familiar mais completo do país apresenta, este ano, duas grandes novidades!

Um dia passado no Zoomarine é sinónimo de alegria e diversão com a garantia de uma constante aprendizagem sobre importantes temáticas relacionadas com educação ambiental e preservação dos nossos oceanos.

O parque já é uma referência a nível nacional movendo milhares de visitantes anualmente, unindo num único espaço com mais de 30 hectares, apresentações zoológicas, parque aquático e diversões mecânicas.

O objetivo primordial do parque é consciencializar os visitantes para o papel que cada um de nós pode desempenhar pela proteção do oceano e do nosso planeta, de uma forma divertida e que desperta emoções.

Para além das surpreendentes apresentações com golfinhos, focas e leões marinhos, e aves, o espetáculo acrobático Baía dos Piratas são paragem obrigatória. Ao longo do dia, o bilhete de entrada inclui ainda o acesso a vários habitats Zoológicos, entre os quais, um aquário com mais de 20 ecossistemas diferentes, um borboletário e um habitat imersivo com várias espécies do continente americano e um refúgio de espécies de cágados exóticos. Um passeio panorâmico na roda gigante, a surpresa do rio jurássico ou a adrenalina

das diversões complementam a experiência de visita a este mundo de sonho e fantasia.

Tem sido sempre uma constante, a apresentação de novidades a cada temporada, e desta feita, o Zoomarine apresenta um novo espetáculo e ainda uma nova atração aquática nesta época 2024.

**Upbeat** é um verdadeiro espetáculo musical cheio de luz, cor e energia positiva, que contagia todos os teus sentidos. Uma arara, uma borboleta e um camaleão descobrem que que, apesar das suas diferentes personalidades, as mudanças de comportamento são possíveis e positivas. Já está em exibição desde março.

A outra grande novidade tem abertura prevista para o mês de junho, o **Iguaçu** apresenta-se como um escorrega empolgante com várias descidas vertiginosas de 5, 8 e 12





metros, culminando com a simulação das cataratas homónimas, envolvendo os visitantes numa névoa refrescante.

O Zoomarine não é apenas uma referência no universo dos parques temáticos, mas também uma verdadeira referência na conservação da natureza, ciência e educação em Portugal, pois desde a sua fundação tem uma participação ativa no campo da conservação e proteção da vida nos oceanos, das suas espécies e dos seus habitats.

Para lá da natural estratégia basal de envolvimento da comunidade através dos nossos programas e abordagens de sensibilização ambiental, existem outros grandes projetos internacionais que fornecem

suporte especializado na proteção de muitas espécies ameaçadas de extinção - World Parrot Trust (América Central), Marine Megafauna Foundation (Moçambique), e Yaqu Pacha (América do Sul) apoiados com angariação de fundos através de donativos e merchandising.

Enquanto zoo moderno, o cuidado e o respeito dedicados a todos os animais são parte integrante da missão do parque.

Expoente máximo desse contributo é o Porto D'Abrigo – o 1º Centro de Reabilitação de Espécies Marinhas em Portugal (2002) que, em colaboração com o Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF), já reabilitou e devolveu ao meio natural centenas de animais aquáticos e marinhos.



**Zoomarine**

# Viagem Medieval regista maior número de sempre de candidaturas a voluntários

A Viagem Medieval em Terra de Santa Maria registou este ano o maior número de sempre de pessoas a voluntariarem-se para participar no evento. Ao todo, foram 857 candidaturas de mulheres e homens, com idades compreendidas entre os 16 e os 81 anos, de diferentes zonas do país e não só.

Com mais uma mítica Viagem Medieval a aproximar-se, o município de Santa Maria da Feira recebeu 857 candidaturas de voluntários, o maior número de sempre de candidatos a participantes em cada umas 26 edições anteriores.

Os voluntários, provenientes das zonas norte e centro, Lisboa, Funchal e até do Brasil, são os primeiros rostos do evento, estando na linha da frente no contacto com o público. O que é certo é que ao longo do tempo têm vindo a conquistar um papel de relevo noutras áreas de atuação menos visíveis aos visitantes, mas igualmente relevantes e enriquecedoras do ponto de vista da capacitação e da construção da Viagem Medieval.

Também o número de aspirantes a guerreiros (figurantes) para

participar no espetáculo diário de grande formato cresceu exponencialmente face a 2023. Este ano, 206 pessoas candidataram-se a integrar estas aventuras com história. Os mais de mil candidatos – voluntários e guerreiros – passam sempre por uma segunda fase, que se trata do processo de entrevista de seleção.

Marca do património de Santa Maria da Feira e de Portugal, a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria está de volta entre 31 de julho e 11 de agosto. “É numa viagem ao reinado de D. Duarte que se reforça a autenticidade deste evento e a sua dimensão, que envolve a comunidade, o associativismo e os visitantes numa experiência rica e envolvente”, conclui a autarquia, em nota de imprensa. 









**PARA TODOS OS QUE GOSTAM DESTA ARTE!**

**UMA COZINHA  
SIMPLES,  
ECONÓMICA  
E COM MUITO  
SABOR!**

**Private chef**

**geral@chezsonia.pt  
+351 962532568  
www.chezsoniaprivatechef.com**



# F-MAX

## CONFIANÇA ILIMITADA, CONDIÇÕES IMPERDÍVEIS.

**OFERTA  
6 ANOS DE GARANTIA\*  
QUILÓMETROS ILIMITADOS  
CONDIÇÕES FINANCEIRAS  
EXCECIONAIS**



\*2 anos veiculo total + 4 anos cadeia cinemática, sem limite de quilómetros.

A Ford Trucks desafiou os limites e venceu. São mais de 1000 F Max de empresas portuguesas a cruzar as estradas de Portugal e da Europa.

Com provas dadas e uma performance invejável, a Ford Trucks Portugal retribui a confiança com uma oferta de **condições exclusivas e imperdíveis!**

**ATÉ 30 DE JUNHO!**

VISITE-NOS EM:

ALBERGARIA-A-VELHA, ALVERCA, BRAGA, FUNCHAL,  
LOULÉ, MEIRINHAS, VILAR DO PINHEIRO E VISEU

FORDTRUCKS.PT    



Sharing the load