



Corporate

magazine

MULHERES

INSPIRADORAS:

De Raízes de África
a histórias que
marcam Portugal

REJUVENESCIMENTO

FACIAL:

Soluções para
cuidar da imagem
e da autoestima



**"Avançar apesar da incerteza, com
autorresponsabilização, na vida e na
saúde é o verdadeiro ponto de viragem"**

Andreia Monteiro | Médica Especialista em Imuno-hemoterapia, Medicina Preventiva e Medicina Estética | CEO da Clínica Pilares da Saúde

Sónia Melo

Private Chef

9
anos



scan me!

We make it happen
- since 2017 -

www.chezsoniaprivatechef.com



EDITORIAL

Ninguém pergunta as horas a um relógio duas vezes seguidas. Olhamos uma vez, já está, seguimos em frente. É uma confiança ancorada nas infinitas vezes que passámos os olhos pelo nosso pulso. Há pessoas que transmitem essa segurança, parecem incapazes de nos enganar, não por ingenuidade, mas porque o seu compromisso com a verdade transparece através do próprio rosto, postura e gestos. Há uma serenidade visível em tudo o que é seguro. Alicerces, memória, sentimentos.

A confiança vem de um lugar mais fundo do que aquilo que vemos à superfície. Raramente se conquista por um simples gesto. É só quando a repetição se torna padrão que alcançamos o conforto de confiar em algo ou alguém sem pensar. Há rotinas boas, há hábitos maravilhosos. Tudo depende do que estiver na base, como um icebergue.

Ernest Hemingway, que nasceu em julho, encontrou nessa imagem uma forma sublime de explicar como escrevia:

“A dignidade do movimento de um icebergue deve-se ao facto de apenas um oitavo dele ficar acima da água.”

A metáfora ficou conhecida como a “teoria do icebergue”. O escritor mostra apenas a superfície. Ao leitor fica a tarefa de descobrir o que permanece submerso. Clara Ferreira Alves descreveu-o como um estilo “minimalista”, feito de “frases curtas, sem frases que se enredam umas nas outras. Sem emoções”. Elas existem, claro, mas nunca são explicadas. É como se o escritor fosse uma câmara de cinema, descrevendo os gestos, os olhares, os silêncios e os diálogos, sem dizer se existe ali medo, amor ou desespero. É dessa sucessão de imagens que o leitor reconstrói tudo o que permanece submerso, onde o que não é dito se torna tão importante como aquilo que se lê.

Mas há um pormenor fundamental nesta tensão entre o que se mostra e o que não se diz. Hemingway explicava que um escritor pode omitir aquilo que sabe, desde que saiba verdadeiramente do que está a falar. Só pode ficar submerso aquilo que realmente existe. O silêncio não substitui o conhecimento, nasce dele e do respeito pela inteligência do leitor.

Escrever bem e construir credibilidade acabam por obedecer às mesmas regras. Ambas exigem conhecimento, contenção e respeito por quem lê. Mas exigem também coragem. Hemingway resumiu-a numa expressão que se tornou inseparável do seu nome. “Grace under pressure”, manter a calma, a dignidade e a elegância sob pressão.

Boas Férias!

ÍNDICE

MULHERES INSPIRADORAS: RAÍZES DE ÁFRICA, LIDERANÇA EM PORTUGAL

- 4** ANDREIA MONTEIRO
- 8** DOMINGAS TAVARES
- 10** MÓNICA SOARES
- 12** DULCE MENEZES
- 14** CLÁUDIA OPINCAI
- 15** PAULA FIGUEIREDO

MULHERES INSPIRADORAS

- 18** CARLA AGUIAR
- 20** RITA BONAPARTE
- 22** ANA ELISA SANTOS
- 24** MANUELA DOMINGUES
- 25** CATARINA PAULO
- 26** SARA MATIAS

REJUVENESCIMENTO FACIAL

- 29** BE YOU BEAUTY CONCEPT
- 30** CLINIAURA ESTÉTICA AVANÇADA

OPINIÃO

- 33** ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE DIREITO DESPORTIVO

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; Vítor Santos; Aby Rodrigues; Ricardo Pastor **Diretor Editorial** João Malainho **Redação** Ruben Marques; Vitória Girão **Designer Gráfico** Departamento Criativo Litográfis **Redação e Publicidade** Rua Professora Angélica Rodrigues, nº. 17, sala 7, 4405-269 Vilar do Paraíso | Vila Nova de Gaia E-mail geral@incorporateagency.pt Site www.incorporatemagazine.pt **Periodicidade** Mensal **Tiragem** 17.000 exemplares **Estatuto Editorial** Disponível em www.incorporatemagazine.pt **Impressão** Litográfis - Artes Gráficas, Lda. **Depósito Legal** 455204/19 N.º. **Registo ERC** 127355 AGOSTO 2026

“A autorresponsabilização é o verdadeiro ponto de viragem de qualquer plano de saúde”

A comunicação ocupa um lugar central na forma como Andreia Monteiro entende a saúde. Natural de Cabo Verde e radicada em Portugal desde os 18 anos, procura que cada paciente compreenda as razões por detrás de cada decisão clínica e assume a divulgação de informação rigorosa e acessível como parte da sua responsabilidade enquanto médica. É essa visão que orienta a especialista em Imuno-hemoterapia, Medicina Preventiva e Medicina Estética e está na origem da Clínica Pilares da Saúde.

Veio de Cabo Verde aos 18 anos para estudar medicina em Portugal, num processo exigente de adaptação pessoal e redefinição de caminho. Quando olha para esse período hoje, que marcas reconhece na forma como construiu o seu percurso e na relação que estabelece com os outros?

Sair de Cabo Verde aos 18 anos foi, sobretudo, uma lição antecipada de autonomia. Tive de aprender a organizar a minha vida sozinha, a tomar decisões sem rede de apoio imediata e a construir, praticamente do zero, um sentido de pertença num país que não era o meu. Hoje reconheço que essa fase moldou duas coisas que uso todos os dias: a capacidade de me adaptar rapidamente a contextos novos e exigentes, e uma enorme valorização das relações humanas genuínas.

A formação na Faculdade de Ciências Médicas de Lisboa expõe os estudantes a anos de contacto progressivo com a prática clínica e com diferentes realidades dentro do sistema de saúde. O que permanece desses anos de forma mais evidente na médica que é hoje?

Esses anos proporcionaram-me uma formação clínica rigorosa e a importância de nunca deixar de perguntar “porquê” quando algo não encaixa no esperado. Essa curiosidade clínica é, ainda hoje, o motor da forma como trabalho. Assim como me treinou para falar em público e encarar o medo do julgamento. Definitivamente moldou o meu carácter e sou profundamente grata por isso.

Depois de vários anos na medicina, refere que sentiu necessidade de integrar uma abordagem mais ampla na forma como olha para a saúde. Em que momento essa inquietação se tornou mais clara e o que é que sentia que faltava até então?

Essa inquietação foi crescendo à medida que via, consulta após consulta, pacientes que cumpriam a terapêutica prescrita e ainda assim não melhoravam de forma sustentada. Faltava perguntar porquê a montante: o que estava por trás do sintoma — o sono, o stress crónico, a alimentação, os hábitos, a forma como a pessoa vivia o seu dia a dia. Percebi que precisava aprofundar os meus conhecimentos sobre como prevenir ou reverter os processos que antecederiam as doenças. Foi esse desconforto, a sensação de estar a chegar sempre tarde demais, que me levou a procurar formação em medicina preventiva e funcional.

Depois de integrar a medicina preventiva no seu percurso, o que é que mudou de forma mais evidente na maneira como passou a olhar para o doente e a conduzir o acompanhamento clínico?

Mudou o ponto de partida da consulta. Deixei de olhar apenas para o motivo que trouxe a pessoa à consulta e passei a construir um mapa mais amplo para perceber o que está a montante do sintoma. E mudou também o papel que atribuo ao paciente: de recetor de uma prescrição para agente ativo do seu próprio processo de saúde. Isso implica explicar o “porquê” de cada recomendação, para que a pessoa compreenda e se comprometa, e não apenas cumpra. A autorresponsabilização é, para mim, o verdadeiro ponto de viragem de qualquer plano de saúde.

Defende uma abordagem centrada na medicina preventiva e numa visão mais integrada da saúde, que inclui não apenas a dimensão física, mas também fatores psicológicos e emocionais. Como se traduz essa perspetiva numa consulta concreta e no acompanhamento dos seus pacientes?

Numa primeira consulta, dedico grande parte do tempo a ouvir, não só sintomas, mas rotina, sono, relações, níveis de stress, motivações. Só depois entramos na avaliação clínica e analítica mais dirigida. O plano que construo cruza sempre estas dimensões: pode incluir ajustes nutricionais e suplementação orientada por análises, mas também recomendações sobre gestão de stress, qualidade do sono ou até encaminhamento para acompanhamento psicológico, quando faz sentido. O acompanhamento é próximo e continuado, com reavaliações regulares, porque a saúde não se constrói numa única consulta — é um processo.





Na sua prática clínica, acompanha de perto mudanças de hábitos como alimentação, sono ou gestão de stress. Que impacto concreto tem observado dessas alterações no percurso de saúde dos seus pacientes?

O impacto é, muitas vezes, mais expressivo do que o de intervenções puramente farmacológicas. Vejo com regularidade pacientes que, ao ajustarem o sono e a gestão do stress, apresentam melhorias significativas em marcadores inflamatórios, no perfil hormonal e na energia percebida no dia a dia, mesmo antes de qualquer alteração terapêutica mais dirigida. A alimentação funciona da mesma forma: pequenas mudanças sustentadas ao longo do tempo têm mais impacto do que grandes restrições pontuais. O que estes casos têm em comum é a consistência, resultados verdadeiramente duradouros exigem hábitos mantidos, não soluções rápidas.

A Clínica Pilares da Saúde cruza diferentes áreas, da medicina preventiva à estética, numa lógica de acompanhamento personalizado. O que a levou a avançar com este projeto e que tipo de prática quis construir?

A Pilares da Saúde nasceu em 2016 da vontade de construir um espaço onde a saúde fosse tratada de forma integrada, e não fragmentada por especialidades que não comunicam entre si. Quis criar uma clínica onde a medicina preventiva, a funcional e a estética dialogassem, porque a forma como envelhecemos por fora reflete, em grande parte, o que se passa por dentro. O nome não é acidental: quis construir pilares reais, sólidos, de acompanhamento personalizado, onde cada paciente tem um plano pensado para si e não um protocolo genérico. Foi também esse espírito que me levou a criar, mais tarde, a Imunocare, para garantir que as pessoas têm acesso a suplementação de qualidade.

Enquanto CEO e médica, vive entre duas dimensões exigentes. Como gere esse equilíbrio no dia a dia e de que forma isso influencia as decisões dentro da clínica?

Não escondo que é um equilíbrio permanentemente em construção, nunca definitivamente resolvido. Tento proteger tempo dedicado exclusivamente à prática clínica, porque é o que dá sentido a tudo o resto, e trato a gestão da clínica com o mesmo rigor que aplico a um diagnóstico, com processos, indicadores e uma equipa em quem confio para partilhar responsabilidades. Ser médica torna-me, também, uma gestora diferente: qualquer decisão de negócio passa pelo filtro de “isto serve o paciente e a equipa, ou serve apenas o crescimento?”. Invisto também, de forma deliberada, no meu próprio desenvolvimento pessoal, emocional, intelectual e espiritual — porque sei que não posso pedir equilíbrio aos outros sem o cultivar em mim.

A sua formação inclui também a medicina estética, hoje cada vez mais associada a questões de autoimagem e bem-estar. Como integra essa dimensão na sua abordagem global de saúde?

Recuso separar a estética da saúde global. Trato a pele, o envelhecimento e a autoimagem como espelhos de processos

internos, inflamação, hormonas, nutrição, sono e não como um campo isolado de intervenções cosméticas. Isso significa que, antes de qualquer procedimento estético, avalio sempre o estado de saúde de base do paciente. E significa também abordar a autoimagem com sentido de responsabilidade: o objetivo nunca é impor um padrão, mas ajudar cada pessoa a sentir-se bem consigo própria, com intervenções que respeitem a sua identidade e naturalidade.

Tem uma presença consistente nas redes sociais, onde aborda temas ligados à saúde, prevenção e estilo de vida. O que a levou a investir nessa comunicação e que papel atribui hoje a esses canais na relação com o público?

Comecei a comunicar nas redes sociais pela mesma razão que me levou à medicina preventiva: a convicção de que informação de qualidade, acessível e sem alarmismo é uma ferramenta poderosa de saúde pública. Há muito ruído e desinformação em torno de temas como suplementação, longevidade ou imunidade, e senti responsabilidade em ocupar esse espaço com conteúdo rigoroso. Hoje vejo as redes sociais como uma extensão da consulta, um lugar onde posso semear autonomia e espírito crítico em quem talvez nunca chegue ao meu consultório, mas que pode, ainda assim, tomar melhores decisões sobre a sua saúde.

Esta edição assinala o Dia da Mulher Africana e coloca em destaque percursos de mulheres que constroem projetos em Portugal mantendo ligações às suas origens. De que forma as suas raízes em Cabo Verde continuam presentes no seu caminho profissional e pessoal?

Cabo Verde está presente em mim naquilo que reconheço como essencial: na resiliência, na forma calorosa como me relaciono com os meus pacientes e a equipa, e num sentido de comunidade que tento replicar dentro da clínica, cuidar de quem está perto como se fosse família alargada. Procuro manter viva essa ligação através da família, da cultura e da forma como transmito aos meus filhos a importância de conhecerem e valorizarem as suas raízes.

Ao olhar para o seu percurso, que mensagem considera mais relevante para outras mulheres que hoje procuram afirmar-se em contextos exigentes e competitivos?

Diria que a maior conquista não é eliminar a incerteza, mas aprender a avançar apesar dela. Construí o meu percurso longe de casa, sem atalhos, e a única constante foi a disciplina de continuar a investir em mim mesma, profissionalmente e também a nível emocional e espiritual. A outras mulheres, deixaria esta mensagem: não esperem sentir-se totalmente prontas para começar; a confiança constrói-se a fazer, não antes de fazer. E rodeiem-se de pessoas e ambientes que reforcem, e não diminuam, quem são. 🇵🇹



~
“O objetivo nunca é impor um padrão, mas ajudar cada pessoa a sentir-se bem consigo própria, com intervenções que respeitem a sua identidade e naturalidade”
~



**A liderança que nasce das raízes
e cresce com as pessoas**

As raízes africanas continuam a marcar a forma como Domingas Tavares Francisco lidera, empreende e olha para o mundo. Entre Angola e Portugal, construiu um percurso onde a diversidade cultural, a inclusão e a valorização das pessoas se tornaram os pilares da sua liderança.

Para Domingas Tavares Francisco, a identidade africana não é apenas uma memória das origens, mas uma forma de estar que continua presente na sua vida. A empreendedora reconhece que uma das maiores heranças que trouxe de África foi a capacidade de agir, mesmo quando as circunstâncias parecem longe do ideal. “Existe uma força muito característica da pessoa, ou que nasce, ou que passa por África: aprender a resolver os problemas com os recursos disponíveis no momento”.

Na sua perspetiva, esperar pelo momento perfeito é um luxo que nem sempre existe. Pelo contrário, a capacidade de encontrar soluções com os recursos disponíveis tornou-se uma competência que hoje transporta para a liderança e para o empreendedorismo. É uma forma de encarar os desafios que considera uma das melhores heranças que levará consigo para o resto da vida.

A construção de uma identidade entre dois países

O percurso entre Angola e Portugal permitiu-lhe também desenvolver uma visão mais ampla sobre as pessoas e os contextos. Conviver entre duas realidades distintas ajudou-a a relativizar perspetivas e a compreender que a verdadeira riqueza reside menos nas circunstâncias e mais na forma como cada pessoa escolhe agir. “Estar entre Angola e Portugal ajudou-me a relativizar muitos pontos de vista e formas de estar como pessoa e profissional”, afirma, acrescentando que essa experiência lhe ensinou a colocar “a ênfase no ser humano e não tanto na sua envolvente”.

Apesar do percurso consolidado, admite que nem sempre o caminho foi isento de obstáculos. Em determinados contextos profissionais, sentiu que a condição de mulher e a origem africana geravam uma dupla necessidade de provar o seu valor. “É como se tivesse de me explicar, mais de uma vez, para ter a validação e aceitação social”. Ainda assim, foi precisamente dessas experiências que retirou uma das aprendizagens que mais valoriza: a importância de conhecer profundamente quem é. Acredita que, quando existe essa segurança interior, deixa de ser necessário procurar constantemente a aprovação dos outros, porque o reconhecimento acaba por surgir de forma natural. Ao olhar para o panorama empresarial português, considera que continuam a existir desafios significativos no que respeita ao acesso de mulheres afrodescendentes a cargos de liderança. Na sua opinião, é fundamental garantir uma maior visibilidade destas profissionais nos meios de comunicação social, nas empresas de referência e nos setores em crescimento, mas também

reconhecer que as competências socioculturais representam uma mais-valia e podem constituir uma vantagem competitiva para as organizações.

A sua própria experiência no empreendedorismo reforçou essa convicção. Cresceu com a ideia de que o caminho mais seguro passava por trabalhar para outros e procurar estabilidade. No entanto, acabou por descobrir que os seus talentos poderiam gerar impacto de outra forma. “Percebi em mim muitos sonhos, inclusivamente alguns dons que poderiam estar ao serviço do outro”.

É precisamente essa visão que sustenta a sua ideia de empreendedorismo: quando cada pessoa põe os seus talentos ao serviço da comunidade, promove-se naturalmente uma sociedade mais inclusiva e com mais igualdade de oportunidades. Essa filosofia estende-se também à forma como entende a liderança. Para Domingas Francisco, nenhuma estratégia ou processo pode substituir o conhecimento genuíno das pessoas. “As empresas que se focam em demasia nos processos, muito facilmente, irão esquecer-se das pessoas”, refere, defendendo que um líder que não investe no autoconhecimento dificilmente conseguirá liderar equipas com empatia e proximidade.

Representatividade que inspira o futuro

A representatividade, acrescenta, não deve ser encarada como uma tendência ou uma questão meramente simbólica. Para a própria, a diversidade de percursos e experiências permite desenvolver uma liderança mais empática, capaz de compreender diferentes realidades e responder às necessidades das pessoas. “A representatividade não é somente um conceito, é uma necessidade humana”.

Para a empreendedora, quem nunca saiu da sua própria realidade terá maior dificuldade em compreender a realidade dos outros. É precisamente essa capacidade de olhar para diferentes contextos que distingue uma liderança verdadeiramente inclusiva.

Quando questionada sobre o legado que gostaria de deixar, a resposta ultrapassa qualquer fronteira nacional. Antes das bandeiras, lembra, existem pessoas, histórias e sonhos comuns. “Antes de sermos angolanos ou portugueses, somos pessoas a tentar encontrar o nosso lugar de realização no mundo”, reitera, acreditando que são essas experiências de vida, quando partilhadas, que permitem elevar a condição humana. A concluir, deixa uma última mensagem: “que tenhamos a coragem de sermos felizes”. 

A inspiração que faz a ponte entre África e Portugal

Antes de criar negócios, Mónica Soares construiu uma forma de estar. Filha de pais cabo-verdianos, cresceu numa família onde a educação, o trabalho e a perseverança eram o maior legado. São esses valores que continuam a marcar o seu percurso e a dar forma a todos os projetos que lidera, da consultoria à moda, passando pela promoção da representatividade.



Ao longo de quase 35 anos de carreira, nunca separou o sucesso profissional do impacto que pode gerar nos outros. “Tudo o que faço e tudo o que vim a construir tem como base e inspiração aquilo que a minha mãe e o meu pai nos deixaram. Não existe riqueza geracional, existe uma riqueza que é criada fruto do trabalho”, afirma. A mais nova de cinco irmãos, todos licenciados, aprendeu desde cedo a observar o percurso dos outros antes de encontrar o seu próprio caminho. “Sempre procurei perceber o que fazia ou não sentido para mim”. Essa capacidade de aprender, adaptar-se e criar oportunidades acabaria por determinar toda a sua vida profissional.

Uma visão construída com trabalho

Depois de uma década numa multinacional do segmento de luxo, fundou, em 2011, a Soares & Daia, que nasceu da convicção de que existia espaço para aproximar empresas portuguesas dos mercados africanos de língua portuguesa, através de um trabalho assente na confiança e no conhecimento das realidades locais. Mais do que abrir portas a negócios, a consultora procura construir relações duradouras entre parceiros de ambos os lados. Para Mónica Soares, a proximidade cultural e o conhecimento do terreno continuam a ser fatores decisivos para qualquer processo de internacionalização.

É também neste universo que representa, em Portugal, a MCF Consultoria, boutique brasileira de gestão do luxo fundada por Carlos Ferreirinha, uma das principais referências do setor no Brasil, com quem trabalha há mais de uma década nos mercados de Angola, Moçambique e Portugal. Através desta parceria, participa em projetos de estratégia, capacitação e desenvolvimento organizacional, aplicando os princípios da gestão do luxo a empresas, marcas, serviços e profissionais.

A filosofia da MCF resume-se num princípio que faz também seu: “nem todos podem ou devem ser luxo, mas todos devem aprender com estas técnicas de gestão”. Para si, a excelência, a atenção ao detalhe e a construção de relações duradouras são princípios que ultrapassam o segmento do luxo e podem contribuir para o crescimento de organizações de diferentes áreas. É também este trabalho que reforça a dimensão lusófona do seu percurso, ligando Portugal, Angola, Moçambique e Brasil através da partilha de conhecimento. “Quando entregamos um trabalho transparente e credível, tanto o cliente como a marca passam a confiar em nós. Foi isso que nos fez crescer”.



Sempre que fala de liderança, prefere afastar-se dos rótulos. “Não sei se sou uma líder. Quem determina isso são as pessoas que decidem seguir os nossos passos”. Ainda assim, acredita que ninguém lidera sem inspirar. “Se eu tiver um líder que me inspira, considero essa pessoa um líder, no verdadeiro significado do termo. A liderança pode ser trabalhada, mas, acima de tudo, tem de existir inspiração”.

Essa visão também a leva a relativizar a imagem construída nas redes sociais. “O que nós fazemos quando ninguém está a ver é que faz de nós quem realmente somos. Eu trabalho mais de 50 horas por semana, mas muitas vezes o que conta são os dois minutos que publico no Instagram”.

Ao longo do percurso, admite ter enfrentado episódios de preconceito, mas recusa deixar que essas experiências definam a sua história. “Não podemos permitir que a vida se pautar por esses momentos”.

Portugal e África na mesma história

Foi precisamente da experiência adquirida na consultoria que nasceu a Chumeco – Authentic Portuguese Shoes. O que começou como um showroom para clientes internacionais transformou-se numa marca dedicada a valorizar o calçado nacional de excelência, produzido para exportação, mas muitas vezes desconhecido do consumidor. “Durante dois anos disseram-me que o cliente português não comprava produto nacional deste segmento. Mas eu acreditava que, com o espaço certo, o storytelling certo e a experiência certa, isso podia mudar”. Hoje, a Chumeco aposta em pequenas coleções e na excelência do ‘Made in Portugal’, privilegiando autenticidade em vez da produção em massa.

A mesma vontade de criar pontes levou-a a lançar a AYA Home Living, um espaço dedicado ao design e ao lifestyle de inspiração africana, reunindo propostas de países como África do Sul, Gana e Senegal. Um projeto que procura mostrar outra imagem da criatividade africana e aproximá-la do público português. Esse compromisso com a representatividade estende-se também à Black Inspiration Talks, plataforma criada para dar visibilidade a



profissionais negros de diferentes áreas e criar referências positivas para as novas gerações. “Não é um espaço de lamentação. É um local onde queremos mostrar que existimos e que, se hoje somos um, amanhã podemos ser dois, três ou quatro. Queremos criar uma narrativa positiva através da inspiração”. A terceira edição da iniciativa, agendada para novembro, será dedicada à criatividade e à inteligência artificial, refletindo sobre os desafios que as novas tecnologias colocam à diversidade e à representação.

É precisamente essa ideia de inspiração que une todos os seus projetos. Ao olhar para o percurso que construiu, prefere que o seu trabalho seja visto como uma forma de abrir caminho a outros. Mais do que o reconhecimento individual, é a possibilidade de criar novas referências e novas oportunidades que continua a orientar as suas escolhas.

Enquanto a Chumeco continua a afirmar-se – este ano através de uma parceria com o AfroNation, em colaboração com a portuguesa Primal Soles –, Mónica Soares mantém o mesmo propósito que orienta todo o seu percurso: criar oportunidades, aproximar Portugal e África e contribuir para que mais pessoas encontrem espaço para concretizar as suas próprias ideias. “Precisamos de mostrar que existimos. Se cumprirmos o nosso papel, esse espaço também é nosso por direito”.



“Cada peça guarda horas de trabalho, escolhas conscientes e um cuidado que dificilmente se encontra na produção industrial”

Não quis criar apenas uma marca de moda, mas um projeto que eternizasse as suas raízes africanas. Na Dutis, Dulce Menezes dá forma a peças artesanais de capulana e croché com “alma e um propósito”. Atualmente, leva esse compromisso até Guiné-Bissau, através do projeto Argolas Solidárias, ajudando crianças a terem melhores oportunidades de aprendizagem e desenvolvimento.



Para que possamos conhecer melhor a Dutis, convidamo-la a regressar ao momento em que tudo começou. Como surgiu a ideia de criar este projeto?

A Dutis nasceu muito antes de existir como marca. Nasceu das minhas memórias, das minhas raízes e da vontade de preservar uma herança cultural que sempre fez parte da minha vida. Cresci rodeada pela riqueza dos tecidos africanos, pelas suas cores vibrantes, pelos seus padrões cheios de significado e pelo enorme valor do trabalho feito à mão. Sempre acreditei que um objeto pode contar uma história. Quando decidi criar a Dutis, em 2023, quis precisamente dar forma a essas histórias através de acessórios artesanais que unissem tradição e contemporaneidade. Não queria criar apenas uma marca de moda, mas um projeto com identidade, onde cada peça tivesse uma alma e um propósito.

A capulana, um tecido tradicional de Moçambique, é a essência de muitas das suas coleções. Que significado tem, para si, transformar este símbolo da cultura moçambicana em acessórios contemporâneos?
A capulana é muito mais do que um tecido. É um símbolo de identidade, de tradição e de ligação entre gerações. Em África

acompanha momentos marcantes da vida das pessoas e transporta consigo histórias, afetos e cultura.

Transformá-la em acessórios contemporâneos é uma forma de homenagear essa herança, preservando a sua essência enquanto lhe damos uma nova expressão. Procuo sempre respeitar o significado da capulana, valorizando os seus padrões e as suas cores, para que cada peça continue a contar uma história.

É particularmente gratificante quando alguém compra uma carteira, um colar ou um par de brincos e, ao mesmo tempo, descobre a origem daquele tecido. Acredito que a moda pode aproximar culturas, despertar curiosidade e promover o respeito pela diversidade.

E o croché, uma técnica que se tornou indissociável da marca, o que acrescenta às criações?

O croché é, para mim, uma verdadeira forma de expressão artística. Cada ponto é construído manualmente e exige tempo, precisão e dedicação, tornando impossível criar duas peças exatamente iguais. Essa singularidade é precisamente aquilo que mais valorizo.

Vivemos numa época em que muitos produtos são fabricados em série e acabam por perder identidade. O croché faz exatamente o contrário: devolve humanidade ao processo de criação. Cada peça guarda horas de trabalho, escolhas conscientes e um cuidado que dificilmente se encontra na produção industrial.

Além da componente técnica, permite explorar formas, texturas e combinações de cores que tornam cada criação única. É uma arte tradicional que atravessa gerações e que continua atual porque sabe reinventar-se.





Na coleção Izat o veludo tornou-se o protagonista das carteiras artesanais. Que características deste material despertaram o seu interesse?

O veludo conquistou-me pela sua elegância discreta e pela forma como desperta os sentidos. O toque macio, a profundidade das cores e a sofisticação natural fazem dele um material muito especial. Quando imaginei a coleção Izat, quis criar carteiras que fossem intemporais e versáteis. Não pretendia seguir tendências passageiras, mas desenvolver peças capazes de acompanhar diferentes momentos da vida de quem as utiliza, mantendo sempre a sua beleza e funcionalidade.

O veludo revelou-se o parceiro ideal porque transmite conforto, requinte e durabilidade. Em conjunto com o trabalho artesanal, cria um equilíbrio muito interessante entre simplicidade e sofisticação.

Antes de cada peça ganhar forma, existem escolhas e um trabalho inteiramente feito à mão. Numa sociedade que vive da rapidez, o trabalho artesanal tornou-se uma vantagem ou um desafio?

Diria que é ambos. É um desafio porque o trabalho artesanal exige tempo, concentração e dedicação. Cada peça tem o seu próprio ritmo e não pode ser acelerada sem comprometer a qualidade. Isso contrasta com uma sociedade habituada ao imediato, onde muitas vezes se valoriza mais a quantidade do que a qualidade. Mas é precisamente essa diferença que se transformou na maior força da Dutis.

Sinto que existe um número crescente de pessoas que procura produtos autênticos, produzidos de forma consciente e com uma história para contar. Querem saber quem criou a peça, de onde vêm os materiais e qual o significado daquilo que estão a comprar. Acredito que o verdadeiro luxo do futuro será precisamente este: possuir menos, mas escolher melhor. Optar por peças feitas à mão, produzidas em pequenas quantidades e criadas para durar. Na Dutis não vendo apenas acessórios. Partilho tempo, dedicação, criatividade e identidade. Cada criação representa um compromisso com a qualidade, a sustentabilidade e a valorização do trabalho artesanal, porque acredito que aquilo que é feito com paixão tem um valor que nenhuma máquina conseguirá substituir.

Tem apoiado crianças em Guiné-Bissau com a iniciativa “Argolas Solidárias”. Como é que um gesto tão simples, como

a compra de um par de argolas, pode fazer a diferença na vida destas crianças?

As Argolas Solidárias representam um dos projetos que mais orgulho me dá desenvolver, porque refletem a convicção de que uma marca pode ter um impacto positivo na vida de outras pessoas. Atualmente, através desta iniciativa, a Dutis apoia crianças na Guiné-Bissau com material lúdico e escolar, contribuindo para que tenham melhores oportunidades de aprendizagem e desenvolvimento.

Em breve, daremos um passo ainda mais significativo com o apadrinhamento de uma criança, assumindo o compromisso de contribuir para a sua alimentação e para as despesas escolares, acompanhando de forma mais próxima o seu crescimento e o seu futuro.

Cada pessoa que escolhe um par de Argolas Solidárias passa a fazer parte desta missão. Não leva apenas um acessório artesanal; leva consigo a satisfação de saber que está a contribuir para criar oportunidades e esperança.

A Dutis tem estado presente em desfiles como o Moda na Cidade, na Figueira da Foz. O que representa para a marca participar nestes eventos e que sentimento gostaria que as suas peças deixassem em quem as escolhe?

Participar em eventos como o Moda na Cidade representa muito mais do que apresentar uma coleção. É a oportunidade de mostrar que o artesanato tem um lugar de destaque na moda contemporânea e que tradição, criatividade e sustentabilidade podem caminhar lado a lado.

É também uma oportunidade para dar visibilidade ao trabalho manual e aproximar o público da história que existe por detrás de cada peça. Quando alguém conhece o processo de criação, compreende que está perante algo muito mais valioso do que um simples acessório.

Gostaria que quem escolhe uma peça da Dutis sentisse exatamente isso: que leva consigo um objeto criado com tempo, dedicação e respeito pelas tradições, inspirado na riqueza da cultura africana e produzido de forma consciente.

Se, além da beleza da peça, cada pessoa sentir que está a apoiar o artesanato, a preservar uma herança cultural e a contribuir para um projeto com impacto social, então a missão da Dutis estará verdadeiramente cumprida. 🇳🇬

Cuidar da pele com simplicidade e consistência

Muito antes de criar uma marca de skincare, Cláudia Opincal procurava sentir-se confortável na sua própria pele com uma rotina acessível e sem excessos. Essa experiência pessoal deu origem à Cláudia Opincal Skincare (COS), uma marca que alia eficácia, inclusão e bem-estar, inspirada pelas suas raízes africanas e pela convicção de que cuidar da pele é também cuidar da autoestima.

A sua relação com a pele nem sempre foi fácil. Olhando para trás, como é que essa experiência ajudou a construir um projeto que devolve a confiança às pessoas?

A minha relação com a pele foi, durante muitos anos, um desafio. Passei por momentos em que a falta de confiança afetava não só a minha aparência, mas também a forma como me via. Foi precisamente dessa experiência que nasceu a Cláudia Opincal Skincare. Quis criar mais do que produtos; quis oferecer soluções que ajudassem as pessoas a sentirem-se bem na sua própria pele. Hoje, cada fórmula é pensada para proporcionar resultados visíveis, mas, acima de tudo, para devolver autoestima e confiança, porque sei, por experiência própria, o impacto que isso pode ter na vida de alguém.

A Cláudia Opincal Skincare (COS) carrega consigo a sua herança cultural africana e o gosto pela música, ainda que nem sempre de forma evidente. Que aspetos dessas duas vertentes estão presentes no seu trabalho?

As minhas raízes africanas fazem parte de quem sou e refletem-se naturalmente na forma como vejo a beleza: autêntica, diversa e inclusiva. Cresci a valorizar ingredientes naturais e os rituais de cuidado transmitidos entre gerações, e essa inspiração está presente na identidade da marca. A música, por sua vez, sempre foi uma fonte de criatividade e expressão para mim. Tal como uma boa melodia desperta emoções, procuro que a experiência



com os nossos produtos seja um momento de bem-estar, prazer e conexão consigo mesma.

Muitas pessoas sentem-se perdidas perante a vasta oferta de produtos de skincare. Por onde deve começar quem procura uma pele saudável?

Vivemos numa era em que surgem constantemente novas tendências e ingredientes “milagrosos”, mas o mais importante é simplificar. Uma pele saudável não precisa de dezenas de produtos, mas sim de consistência, paciência e de cuidados adequados às suas necessidades. Recomendo sempre começar por uma rotina básica: limpeza, hidratação e proteção solar. A partir daí, outros produtos podem ser introduzidos de forma gradual e consciente, idealmente com orientação de um profissional

de saúde ou dermatologista, porque cada pele é única e reflete necessidades diferentes.

No skincare, os melhores resultados não vêm de fazer mais, mas de cuidar melhor.

Entre promessas de rapidez e o desejo por resultados imediatos, como podem os seus produtos fazer a diferença logo na primeira utilização?

Embora a transformação da pele seja um processo que exige continuidade, acreditamos que a experiência começa logo na primeira aplicação. Os nossos produtos são desenvolvidos para proporcionar hidratação, conforto e luminosidade imediatos, oferecendo à pele uma sensação visível de frescura e cuidado.

Transformar pessoas, muito antes de formar atletas

O jiu-jítsu entrou na vida de Paula Figueiredo como uma paixão, mas rapidamente se tornou muito mais do que uma modalidade desportiva. Hoje, através da Academia de Jiu-Jítsu Ocupacional, a empreendedora luso-angolana utiliza esta arte marcial como uma ferramenta de inclusão, desenvolvimento pessoal e apoio às famílias.

As raízes angolanas e portuguesas sempre fizeram parte da identidade de Paula Figueiredo. Cresceu entre duas culturas e encontrou na educação a sua primeira vocação, antes de descobrir neste desporto um caminho para transformar vidas. “A educação foi a minha primeira vocação e o jiu-jítsu revelou-se uma escola de vida. Compreendi que ensinar é ajudar pessoas a descobrir a sua força interior”.

Foi precisamente essa visão que a levou a criar a Academia de Jiu-Jítsu Ocupacional, um projeto que nasceu da vontade de responder a necessidades concretas, sobretudo de crianças e jovens com necessidades educativas específicas. Ao longo do percurso, percebeu que as maiores vitórias não se mediam em medalhas ou competições, mas na evolução de cada aluno. “Ao observar cada um deles percebi que as maiores conquistas aconteciam na autoestima, na



autonomia e na confiança. O tatami tornou-se um espaço de inclusão e desenvolvimento humano, onde cada pessoa é valorizada pelo seu potencial”.

Mas antes de assistir à transformação dos outros, viveu a sua própria. Diagnosticada com Perturbação de Hiperatividade e Déficit de Atenção (TDAH), encontrou nesta arte marcial uma ferramenta para gerir os desafios do dia a dia. A prática ajudou-a a organizar a multiplicidade de ideias, a fortalecer a autoestima e a combater a procrastinação, reforçando a convicção de que o desporto pode ser um poderoso instrumento de crescimento pessoal.

Essa preocupação com o desenvolvimento humano levou-a também a olhar para quem acompanha diariamente estas crianças. Foi desse contacto que nasceu o movimento Além do Cuidado, criado para apoiar mães e cuidadores frequentemente sobrecarregados. Através de iniciativas centradas no autocuidado, na saúde mental, no desenvolvimento pessoal e na criação de uma rede de apoio, o projeto procura lembrar que cuidar dos outros passa, inevitavelmente, por cuidar de si.

Para Paula Figueiredo, importa ainda desconstruir a ideia de que o jiu-jítsu se resume à competição ou à defesa pessoal. “É uma ferramenta educativa que desenvolve disciplina, respeito, empatia e resiliência. O nosso objetivo é formar pessoas, não apenas atletas”.

Movida pela vontade de criar respostas com impacto social, continua a desenvolver projetos onde educação, inclusão e desporto caminham lado a lado. “Acredito que o verdadeiro empreendedorismo social acontece quando colocamos as pessoas no centro de cada decisão e quando vivemos por um propósito de vida. É essa a missão que orienta todo o meu trabalho”.



ACADEMIAOCUPACIONAL.LOVABLE.APP

ACADEMIAOCUPACIONAL.PT PAULAFIGUEIREDO.PT

Dia da Mulher Africana

~~~~~

Criado em 1962, o Dia da Mulher Africana nasceu num contexto marcado pelos movimentos de independência do continente. Mais de seis décadas depois, a data continua a assinalar o contributo das mulheres africanas para a vida política, económica, social e cultural, num continente cuja diversidade torna impossível qualquer leitura uniforme da sua realidade.

---

Assinalado a 31 de julho, o Dia da Mulher Africana foi instituído em 1962, durante a primeira Conferência da Organização Pan-Africana das Mulheres (PAWO), realizada em Dar es Salaam, na atual Tanzânia. A organização nasceu num período de profundas transformações políticas em África, quando vários países conquistavam a independência e procuravam afirmar novas estruturas políticas, económicas e sociais.

Nesse contexto, a participação das mulheres nos movimentos de libertação e na construção dos novos Estados ganhou maior visibilidade. A criação da PAWO procurou reforçar esse papel, promovendo a cooperação entre organizações femininas africanas e defendendo uma maior participação das mulheres na vida pública.

Ao longo das décadas, o significado da efeméride acompanhou a evolução do próprio continente. Inicialmente associada às lutas de libertação nacional e à autodeterminação dos povos africanos, passou progressivamente a abranger temas como a

educação, a saúde, a participação política, o empreendedorismo, a igualdade de oportunidades e o desenvolvimento económico. Essa evolução não elimina, contudo, uma evidência. África reúne 54 países, centenas de línguas e uma diversidade de culturas demasiado vasta para resumir milhões de mulheres a uma única expressão. As realidades sociais, económicas e culturais variam significativamente entre países e regiões, tal como variam os desafios, as oportunidades e os percursos individuais.

Também Portugal acompanha esta realidade. A presença de comunidades oriundas de diferentes países africanos faz com que o Dia da Mulher Africana seja igualmente assinalado por associações, instituições públicas e organizações da sociedade civil. Ao mesmo tempo, mulheres com raízes africanas desenvolvem atividade nos mais diversos setores, da ciência ao ensino, da saúde ao empreendedorismo, da cultura às empresas, refletindo a diversidade da sociedade portuguesa contemporânea. 



# Novo Aeroporto de Lisboa entra numa nova fase com entrega do relatório técnico

O novo Aeroporto Luís de Camões deu mais um passo rumo à concretização com a entrega do respetivo relatório técnico ao Ministério das Infraestruturas e Habitação. Segue-se a submissão do estudo de impacte ambiental, etapa decisiva para o avanço do projeto.

A ANA – Aeroportos de Portugal entregou ao Ministério das Infraestruturas e Habitação, no passado dia 16 de julho, o relatório técnico do novo Aeroporto Luís de Camões, cumprindo o calendário previsto para esta fase do projeto. O documento reúne os estudos de conceção preliminar, incluindo o programa funcional, a capacidade operacional, a conectividade multimodal e as soluções estruturais previstas para a futura infraestrutura.

Até ao final de julho deverá ser igualmente submetida à Agência Portuguesa do Ambiente a versão final do estudo de impacte ambiental, iniciando-se depois o processo de avaliação pelas entidades competentes e a elaboração dos projetos de execução e de arquitetura. Segundo a ANA, estes passos representam uma etapa decisiva para a concretização de uma infraestrutura concebida para responder ao crescimento da procura e reforçar a conectividade aérea de Portugal nas próximas décadas.

Projetado para alcançar a neutralidade carbónica líquida na operação do edifício (Net Zero), o Aeroporto Luís de Camões terá capacidade inicial para 56 milhões de passageiros por ano, podendo evoluir até aos 85 milhões. A infraestrutura incluirá duas pistas na fase inicial, um terminal com cerca de 500 mil metros quadrados, 64 portas de embarque, 72 pontes de embarque e soluções tecnológicas orientadas para aumentar a eficiência operacional e melhorar a experiência dos passageiros.

Em paralelo com o desenvolvimento do novo aeroporto, decorrem várias ações consideradas essenciais para a sua futura operação. Entre elas estão a desmilitarização faseada do Campo de Tiro de Alcochete, prevista até 2029 na área de implantação do aeroporto, a reestruturação do espaço aéreo, o planeamento das infraestruturas de apoio (energia, água, combustível e telecomunicações) e a definição das novas acessibilidades ferroviárias e rodoviárias. A estratégia prevê uma ligação ferroviária de alta velocidade que permitirá chegar ao centro de Lisboa em cerca de 20 minutos, bem como a construção de mais de 250 quilómetros de novas vias rodoviárias e a requalificação de cerca de 50 quilómetros da rede existente.

Ao mesmo tempo, a ANA | VINCI Airports mantém em curso um programa de investimentos nos aeroportos portugueses atualmente em operação. Em Lisboa estão previstas intervenções de ampliação do Terminal 1, expansão do Terminal 2, novas áreas de estacionamento de aeronaves e melhorias no controlo de fronteiras. No Porto avança a renovação integral da pista, um novo centro de controlo das operações aeroportuárias e a modernização do terminal, enquanto Faro, Açores e Madeira também integram o plano de modernização da rede nacional.





# “O futuro do trabalho constrói-se por quem se atreve a liderar o presente”

Depois de mais de 15 anos a prestar serviço para algumas das maiores empresas tecnológicas do mundo, Carla Aguiar decidiu ajudar as PMEs a transformar a tecnologia em resultados concretos. A fundadora da Digital For You defende que a Inteligência Artificial só faz sentido quando simplifica processos, reforça a competitividade e liberta as pessoas para aquilo que nenhuma máquina consegue substituir. Nesta entrevista, explica por que razão a verdadeira transformação digital começa nas pessoas e na mudança de mentalidade.



~  
**“As competências mais diferenciadoras serão as humanas: pensamento crítico, resolução de problemas complexos, liderança empática e comunicação com a IA”**  
 ”

Trabalhou durante mais de 15 anos para algumas das maiores empresas tecnológicas do mundo, passou pelo universo das vendas e decidiu agora concentrar toda essa experiência na Digital For You. Em que momento percebeu que queria ir além da venda de tecnologia e passar a ajudar as empresas a compreendê-la e a aplicá-la?

O momento de viragem aconteceu quando percebi que vender a melhor tecnologia do mundo não servia de nada se as pessoas não a soubessem usar no dia a dia. Ao longo de 15 anos no setor, assisti ao lançamento de ferramentas incríveis subaproveitadas por falta de acompanhamento prático. Percebi que o meu valor não estava em entregar software, mas em traduzir essa complexidade em produtividade real, eficiência e tranquilidade para quem gere um negócio.

A sua trajetória profissional afirmou-a como uma referência na área comercial e estratégica. O que a levou a focar-se no ecossistema de transformação digital e IA para PMEs? Que aprendizagens dessa experiência continuam hoje presentes no seu trabalho?

As PMEs em Portugal enfrentam um enorme hiato digital e escassez de tempo para testar e implementar inovações. A IA Generativa veio mudar este cenário: pela primeira vez, as PMEs têm ao alcance ferramentas com o impacto de grandes multinacionais, a custos acessíveis. Da minha experiência, trouxe a disciplina metodológica e a orientação para a resolução de problemas. A grande aprendizagem que aplico diariamente é a visão pragmática de que a tecnologia tem de servir o negócio e gerar resultados mensuráveis, não o contrário.

A Digital For You nasceu com a ambição de “simplificar o digital” e “humanizar o negócio”. Na sua perspetiva, o maior desafio que hoje se coloca às empresas é tecnológico ou cultural? Porquê?

Sem dúvida, cultural. A tecnologia hoje é acessível, intuitiva e está ao alcance de qualquer empresa, independentemente da sua dimensão, o verdadeiro desafio está nas pessoas e nos hábitos instalados. Humanizar o negócio no contexto da IA



significa perceber que as ferramentas digitais vêm libertar as equipas de tarefas mecânicas para se focarem no insubstituível: pensamento crítico, criatividade, empatia e relações humanas. Quando mudamos esta mentalidade, a adoção tecnológica passa a ser uma oportunidade.

**Com a entrada em vigor do AI Act europeu e o RGPD, qual é o maior receio das empresas e como garantem a conformidade jurídica nos projetos de formação?**

O maior receio dos gestores é a perda de controlo sobre dados confidenciais e o risco regulatório do novo AI Act. Muitas empresas querem inovar, mas temem coimas ou fugas de informação. Na Digital For You, abordamos a formação não como uma mera componente técnica, mas como um pilar de literacia, ética e conformidade. Ensinamos a anonimizar dados, a configurar ambientes seguros e a aplicar governação prática, garantindo inovação com total alinhamento regulatório.

**Muitas PME's continuam a olhar para a IA como algo complexo, dispendioso ou distante da sua realidade. Que mitos importa desmontar e quais são as resistências que encontra junto dos empresários?**

O principal mito é que a IA exige investimentos avultados ou infraestruturas complexas. Com formação adequada e ferramentas na nuvem, qualquer PME pode otimizar a gestão documental, automatizar o atendimento ou apoiar decisões estratégicas. O maior erro ao adotar tecnologia é não medir o seu impacto real. Na Digital For You, mostramos que é possível adotar a IA de forma pragmática: desenhamos projetos focados na eficiência operacional, com reduções de tempo em tarefas administrativas em cerca de 70%. Fazemos um acompanhamento



a 3 meses para avaliar o ROI, garantindo que a tecnologia se traduz em mais vendas, melhor atendimento e maior margem para a PME. O verdadeiro valor para uma empresa não está no software que compra, mas na autonomia com que a sua equipa o utiliza para simplificar operações.

**A Inteligência Artificial está a transformar a forma como as empresas trabalham. Que competências considera que irão distinguir os profissionais mais preparados nos próximos anos?**

Num mundo tecnológico, as competências mais diferenciadoras serão as humanas: pensamento crítico, resolução de problemas complexos, liderança empática e comunicação com a IA. Os profissionais não precisam de ser programadores, mas têm de ter literacia digital e adaptabilidade. A distinção estará em combinar a intuição e a ética humana com a velocidade de processamento da IA para tomar decisões estratégicas.

**Reinventar um percurso profissional exige coragem. Houve algum momento particularmente desafiante ou alguma decisão difícil que hoje reconheça como determinante para o nascimento da Digital For You?**

O maior desafio é abandonar a zona de conforto e um percurso onde já alcançamos reconhecimento profissional, para empreender. Isso obriga a redefinir a identidade e a gerir riscos. A decisão de criar a Digital For You nasceu da vontade de guiar empresários no ecossistema digital, de ver o tecido empresarial português mais dinâmico, funcionando como uma ligação entre a inovação tecnológica e a realidade das PME's.

**Se pudesse voltar ao início da sua carreira, que conselho daria à Carla Aguiar que dava os primeiros passos no mundo empresarial? E que mensagem gostaria de deixar às mulheres que ambicionam liderar projetos inovadores?**

À Carla do início diria: «Confia no teu instinto, não tenhas medo de errar rápido para aprender mais depressa e lembra-te de que o teu valor está na capacidade de aprender e agir.» Às

mulheres que querem liderar na inovação, deixo uma mensagem de ação: não esperem pelo momento perfeito para avançar. O setor precisa de mais perspetiva feminina, empatia e pragmatismo. Ganhem espaço, dominem as ferramentas digitais e usem a tecnologia para alavancar a vossa visão — o futuro do trabalho constrói-se por quem se atreve a liderar o presente.



# Cuidar da saúde para transformar a forma de viver

Mais do que um método, Rita Bonaparte encontrou no biofeedback uma nova forma de compreender a saúde. Hoje, através do Centro de Biofeedback by Rita Bonaparte, procura demonstrar que prevenir pode ser tão importante quanto tratar.

O ritmo acelerado do quotidiano leva muitas pessoas a só pararem quando a doença as obriga, mas Rita Bonaparte acredita que é possível fazer diferente. Através do biofeedback, ajuda quem a procura a compreender os sinais do próprio organismo antes de se transformarem em problemas mais sérios, promovendo uma relação mais consciente com a saúde. “O maior desafio para não chegarmos à doença é o compromisso connosco próprios. Podemos ler muitos livros sobre saúde, mas as coisas só se transformam quando passamos à ação”. A fundadora do Centro de Biofeedback explica que o seu trabalho vai muito além da utilização de uma tecnologia ou de um método terapêutico. O objetivo é ensinar as pessoas a desenvolverem uma maior capacidade de observação sobre si mesmas e a assumirem um papel ativo no respetivo bem-estar. Na sua perspetiva, o corpo comunica constantemente. O problema é que nem sempre estamos disponíveis para o escutar. “Andamos muitas vezes em piloto automático. Se não sentimos o corpo, quando damos por nós já estamos doentes”. É precisamente essa mudança de paradigma que procura promover. Em vez de esperar que os sintomas apareçam para agir, defende uma abordagem preventiva, capaz de identificar desequilíbrios antes de se instalarem. Uma visão que considera ainda pouco enraizada em Portugal, mas que acredita ganhar cada vez mais espaço.

## Da prevenção à consciência

Criar um centro dedicado ao biofeedback significou introduzir uma abordagem ainda não muito conhecida junto dos portugueses. O desconhecimento inicial trouxe desafios, mas nunca colocou em causa a convicção de que existia espaço para um projeto centrado na prevenção e no autocuidado.



Para Rita Bonaparte, esta técnica terapêutica não pretende substituir outras áreas da saúde. O seu propósito é complementar os cuidados existentes, oferecendo às pessoas ferramentas para compreenderem melhor aquilo que o corpo lhes comunica e desenvolverem hábitos que contribuam para um maior equilíbrio físico e emocional. A profissional faz igualmente questão de sublinhar a importância do rigor científico associado à prática. O equipamento utilizado por si é certificado e validado cientificamente, assegurando uma utilização sem efeitos secundários conhecidos. Considera ser uma garantia essencial para quem procura um acompanhamento sério, sustentado e complementar aos restantes cuidados de saúde. “Gostava que o centro se tornasse uma filosofia de vida. Que as pessoas viessem aqui ganhar consciência, reconhecer quem são e aprender a responsabilizar-se pela própria saúde”. Essa responsabilidade individual é uma das mensagens que mais procura transmitir. Ao longo da entrevista, regressa várias vezes à importância de abandonar a pergunta «porquê?» e substituí-





la por «para quê?». Acredita que essa mudança de perspectiva permite olhar para as dificuldades de forma mais construtiva e encontrar oportunidades de crescimento mesmo nas experiências mais exigentes. “O Centro quer trazer esta consciência de compromisso e responsabilidade. Quanto maior a consciência, maior a responsabilidade”.

A visão para o futuro acompanha esta filosofia. Rita Bonaparte espera que a técnica deixe de ser encarada como uma resposta apenas para quem já enfrenta um problema de saúde e passe a integrar naturalmente as rotinas de prevenção. “Espero que, no futuro, assim como lavamos os dentes, façamos biofeedback”, afirmou, entre risos.

O crescimento do Centro acompanha essa ambição. Nos próximos anos, pretende alargar o projeto, formar mais especialistas e criar novos espaços pelo país onde as pessoas encontrem tempo para parar, refletir e cuidar de si.

### Liderar começa pelo exemplo

Empreender na área da saúde implica gestão, acompanhar diariamente pessoas com diferentes necessidades e continuar a investir na própria formação. Rita Bonaparte reconhece que esse equilíbrio nem sempre é simples e admite que também ela precisou de aprender a respeitar os próprios limites.

Recentemente, decidiu interromper a rotina durante alguns dias para reorganizar ideias. Considera que essa capacidade de parar é indispensável para quem lidera um projeto que exige presença, disponibilidade e clareza nas decisões. “Quando sinto que não estou a conseguir controlar tudo, afasto-me. Desligo. É quando volto mais tranquila que surgem as melhores ideias”.

Essa aprendizagem foi construída também através dos momentos menos fáceis. Recorda o período em que estava prestes a abrir o centro e viu o negócio do primeiro espaço cair inesperadamente,



depois de todo o investimento já realizado. Hoje encara esse episódio como uma etapa necessária do percurso. “O castelo desmanchou-se, mas reconstruí um outro diferente, com janelas que antes nem sabia que existiam”.

Ao longo dos anos, foi definindo os princípios que orientam todas as decisões, independentemente do contexto. A verdade, o amor e a coerência são, diz, valores inegociáveis. “Se eu não for coerente, não faz sentido. O que penso, o que falo, o que sinto e o que faço têm de estar alinhados”.

É essa coerência que procura levar para o Centro de Biofeedback e para a relação que estabelece com quem acompanha. Mais do que tratar sintomas, quer contribuir para uma mudança de mentalidade em torno da saúde, mostrando que prevenir, escutar o corpo e assumir responsabilidade pelas próprias escolhas pode fazer toda a diferença.

No final da conversa, deixa aquela que considera ser a principal missão do seu percurso. “Quero trazer consciência às pessoas para que não baixem os braços, mesmo quando atravessam momentos muito difíceis. A maior dor que possamos viver traz sempre uma mensagem”. É uma ideia que resume a forma como encara a vida e o trabalho que desenvolve diariamente. “A vida conspira sempre a nosso favor e está constantemente a enviar-nos sinais”. Aprender a escutá-los, acredita, pode ser o primeiro passo para transformar não apenas a forma como lidamos com a doença, mas também a forma como escolhemos viver. 

# “Quero consolidar o CENCAL como referência nacional e internacional na qualificação para a cerâmica e o vidro”

À frente do Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica (CENCAL) desde maio, Ana Elisa Santos quer reforçar o papel da instituição na qualificação do setor e aproximá-la ainda mais das empresas, dos territórios e das novas gerações. Depois de vários anos no IEF, assume a direção com a ambição de preparar a cerâmica e o vidro para os desafios do futuro.



## Depois de vários anos ligada ao IEF, é agora a diretora do CENCAL. O que representa esta nova etapa na sua carreira?

O meu percurso profissional foi sempre dedicado ao serviço público e à valorização das pessoas através da qualificação e formação profissional. Ao longo de mais de duas décadas desempenhei funções de direção na Administração Pública, em diferentes áreas da formação profissional, da gestão de pessoas, da modernização organizacional e da implementação de políticas públicas de emprego e formação profissional. Tive ainda a honra de exercer as funções de Vogal do Conselho Diretivo do IEF, I.P., com o pelouro da Formação Profissional, assumindo igualmente, com enorme orgulho, a responsabilidade de Delegada Oficial da WorldSkills Portugal, uma experiência particularmente marcante pela promoção da excelência, do talento e da valorização das competências dos jovens portugueses, a nível nacional, europeu e mundial.

Sempre acreditei que liderar é, acima de tudo, criar oportunidades para que as pessoas e as organizações cresçam e se desenvolvam, mantendo sempre o foco na sua missão. Essa convicção acompanhou todo o meu percurso e orienta-me nesta nova etapa.

Assumo esta missão com respeito por uma instituição com mais de quatro décadas de história, mas também com vontade de ajudar

a escrever um novo capítulo: preservar a identidade do CENCAL e reforçar a sua capacidade de inovar, antecipar necessidades e preparar o futuro..

## Orientar uma nova direção é dar continuidade a uma história já construída, mas também abrir caminho a oportunidades e desafios. Que objetivos pretende concretizar?

Quero consolidar o CENCAL como referência nacional e internacional na qualificação para a cerâmica e o vidro, próximo das empresas, das pessoas e dos territórios. A transformação digital, a sustentabilidade, a inteligência artificial e a Indústria 4.0 exigem novas competências e uma formação capaz de acompanhar e antecipar a mudança.

Pretendo reforçar a presença territorial do CENCAL, avaliando a criação de novos polos nas regiões Centro e Norte, sempre que essa proximidade se justifique para responder melhor às empresas e aos trabalhadores desses territórios.

Quero afirmar o CENCAL como uma instituição reconhecida não apenas pela excelência da formação, mas também pela capacidade de antecipar o futuro da indústria e aproximar empresas, escolas, centros tecnológicos e universidades na adequação permanente das competências profissionais que o setor exige e continuará a exigir no futuro.





**Não podemos falar dos seus objetivos sem percebermos como será a sua liderança. Como tenciona inspirar e envolver a equipa que estará ao seu lado?**

Acredito numa liderança baseada na proximidade, na escuta, na confiança e na responsabilidade partilhada. A liderança não se afirma apenas pelo cargo, mas pela confiança que conseguimos inspirar e pelo exemplo.

Quero que cada pessoa perceba o valor do seu contributo e se reconheça num projeto comum. As melhores soluções surgem quando há diálogo, diversidade de perspetivas e espaço para aprender. Liderar é criar condições para que as equipas cresçam, inovem e sintam orgulho no trabalho que realizam, ou seja, que cumpram a sua missão.

**Defende que é fundamental compreender as necessidades dos setores da cerâmica e do vidro. Como é que a proximidade ao tecido empresarial ajuda o CENCAL a formar profissionais mais qualificados?**

A formação profissional só cumpre plenamente a sua missão quando está ligada à realidade das empresas. Essa proximidade permite-nos conhecer os seus desafios, acompanhar os processos produtivos e ajustar a oferta às competências necessárias.

O CENCAL deve ser mais do que um prestador de serviços de formação: deve afirmar-se como parceiro estratégico, capaz de apoiar a inovação e a competitividade. Esta ligação beneficia todos, especialmente os formandos, proporcionando-lhes competências relevantes, empregabilidade e capacidade de adaptação.

**Estes setores nem sempre despertam o interesse das novas gerações. Como é possível valorizar estas profissões e atrair mais jovens? Que áreas de formação estão disponíveis?**

O verdadeiro desafio não é convencer os jovens de que estas profissões têm futuro; é dar-lhes a conhecer o futuro que já existe na indústria da cerâmica e do vidro. Quando entram em empresas da área, descobrem ambientes tecnológicos onde convivem criatividade, design, engenharia, automação, inteligência artificial, sustentabilidade e inovação. A imagem tradicional está hoje muito distante desta realidade.

Temos de aproximar os jovens deste universo, mostrando-lhes que a formação profissional abre portas a carreiras qualificadas, estáveis e com perspetivas de evolução, em Portugal e no estrangeiro. É uma escolha de excelência para desenvolver competências especializadas e responder a um mercado de trabalho em constante transformação.

O CENCAL disponibiliza formação para jovens e adultos em cerâmica, vidro, design, tecnologias de produção, manutenção industrial, qualidade, sustentabilidade e digitalização. Mais do que formar profissionais, queremos inspirar vocações, aproximar escolas e empresas e ajudar cada jovem a construir um futuro de excelência.

**O que tem mudado na relação das mulheres com a indústria cerâmica e o que acredita que ainda pode evoluir?**

A presença das mulheres tem vindo a crescer nas áreas técnicas,



científicas, criativas, de gestão e de liderança, demonstrando que o talento, a competência e o conhecimento não têm género. Apesar dos progressos, importa continuar a atrair mais mulheres para profissões técnicas e industriais, combater estereótipos, dar visibilidade a percursos de sucesso e assegurar igualdade de oportunidades no acesso a funções de maior responsabilidade. Nunca senti necessidade de afirmar a minha liderança por ser mulher. Procurei sempre que o trabalho, as equipas que liderei e os resultados alcançados falassem por mim. Acredito que o futuro se constrói valorizando o mérito e criando organizações onde cada pessoa possa desenvolver plenamente o seu talento.

**Depois de tudo o que já construiu, que sonhos ou conquistas gostaria ainda de alcançar nesta fase da sua vida?**

Ao longo da vida percebemos que os cargos passam. O que permanece são as pessoas que ajudámos a crescer, as instituições que deixámos mais fortes e o impacto que conseguimos gerar na sociedade.

Gostaria de deixar um CENCAL mais inovador, internacional, próximo das empresas, dos territórios e dos jovens; capaz de desenvolver talento e de apoiar e promover o empreendedorismo, a olhar sempre para o futuro.

Quando aceitei este desafio, não pensei apenas na responsabilidade de dirigir uma instituição com mais de quatro décadas de história, mas na oportunidade de ajudar a escrever o seu próximo capítulo, porque acredito profundamente que o futuro está por escrever e precisa de ser construído todos os dias através do conhecimento, da inovação e, sobretudo, com as pessoas. 





# A tradução como elo entre pessoas e culturas

Manuela Domingues sempre acreditou que as palavras podiam aproximar realidades e esbater fronteiras. Dez anos depois da criação da MD-TRAD, já com serviços em 20 idiomas, continua a encontrar na tradução a mesma inquietação que a fez começar: a vontade de compreender, respeitar e dar voz a cada história.

## O que a inspira nesta profissão, passados dez anos do arranque do seu projeto, a MD-TRAD?

Continua a fascinar-me o facto de cada projeto representar um novo desafio e uma enorme responsabilidade. Traduzir nunca é apenas substituir palavras; é transmitir intenções, preservar significados e aproximar culturas. Saber que o meu trabalho ajuda empresas a internacionalizarem-se e pessoas a comunicarem além-fronteiras continua a dar sentido ao que faço. Passados dez anos da criação da MD-TRAD, sinto-me ainda mais motivada e apaixonada por esta profissão do que no primeiro dia.

## O trabalho do tradutor é fundamental para a comunicação e para o dia a dia, ainda que o seu contributo passe despercebido. Acredita que continua a ser uma profissão pouco valorizada?

Na minha opinião, continua a ser uma profissão que nem sempre é devidamente valorizada, apesar da enorme responsabilidade que acarreta. Uma tradução de qualidade pode evitar conflitos jurídicos, proteger a reputação de uma empresa e contribuir para o sucesso da sua internacionalização. Felizmente, tenho o privilégio de trabalhar com clientes que reconhecem o valor do meu trabalho e recorrem à MD-TRAD pela qualidade, pelo rigor e pela relação de confiança que construímos ao longo dos anos.

## Ao fim de todos estes anos, deve trazer consigo várias memórias. Recordar algum projeto que a tenha desafiado particularmente?

É difícil escolher apenas um projeto, porque cada um traz desafios únicos. Tenho, no entanto, um carinho especial pelos projetos de tradução para dobragem, uma área apaixonante que exige muito mais do que uma tradução rigorosa. É necessário adaptar os diálogos ao ritmo, à intenção e à sincronização labial, preservando sempre a naturalidade e a emoção das personagens. Destaco também a tradução de um livro infantil, uma experiência especialmente enriquecedora, que me desafiou a encontrar o equilíbrio entre a fidelidade ao texto original e uma linguagem cativante e adequada ao universo das crianças. São projetos como estes que me recordam que traduzir é muito mais do que dominar idiomas: é dar voz a histórias e aproximar pessoas e culturas.

## Chegar aos 20 idiomas demonstra o esforço, a dedicação e o compromisso colocados neste projeto. O que ainda falta alcançar, à medida que vê o seu sonho crescer?

Sinto que não falta alcançar nada, porque um sonho nunca se esgota: transforma-se e cresce connosco. Como diz a conhecida frase, “o sonho comanda a vida”, e é precisamente isso que acontece com a MD-TRAD. Cada conquista é um novo ponto de partida para continuar a evoluir. Pretendo crescer de forma sustentável, acompanhando a evolução tecnológica sem nunca perder aquilo que me distingue: o acompanhamento personalizado, o rigor e a relação de confiança que construo com os clientes. O verdadeiro sucesso não se mede pela dimensão da empresa, mas pelo impacto que deixamos em cada cliente e pela confiança que conquistamos em cada projeto. 📧



# Transformar ideias em identidade

A liberdade para criar sem limites e o amor ao detalhe foram o ponto de partida de Catarina Paulo. Do percurso de sucesso em Angola ao regresso às suas origens — num espaço com valor afetivo —, a designer e empreendedora transforma a paixão, a proximidade e a resiliência na verdadeira essência da MAKE ART Essential.

A MAKE ART nasceu com o propósito de desenvolver soluções de comunicação empresarial diferenciadas, identificando uma oportunidade clara no mercado angolano. “Acredito que tudo tem uma razão de ser”. No caso de Catarina Paulo, o início da empresa surgiu do desejo pela liberdade no processo criativo. “Sendo uma pessoa criativa, um horário de criatividade restrito não funcionava para mim”. Identificou uma ausência de serviços de personalização dedicados verdadeiramente à comunicação empresarial em Angola e com isso uniu a sua formação em design gráfico, marketing e publicidade ao conhecimento em artes gráficas do marido e sócio. “A motivação diária era — e continua a ser — a paixão e o amor pelo trabalho que produzimos e transformamos, permitindo-me criar as minhas próprias regras.”

Depois de consolidar a atividade em Angola, surgiu um novo desafio. A MAKE ART Essential nasceu para assegurar a máxima qualidade dos seus serviços em Portugal. O projeto ganhou um significado ainda mais especial ao ser instalado num espaço restaurado que foi construído pelo seu falecido avô. “É o nosso 'ninho' de partida, repleto de história, pronto para crescer e voar”. Fundadora de duas empresas aos 28 anos, Catarina Paulo assume que o maior desafio é equilibrar a emoção com a gestão do negócio, defendendo que um bom líder é aquele que vivencia na pele cada função da empresa.

Um regresso que tem um significado especial para quem guarda memórias de infância ligadas à celebração e à comunidade. “Toda a saudade que sentia quando estava em Angola transforma-se agora em amor e orgulho pelo percurso que fiz”, partilha. O objetivo passa por dar a conhecer a empresa à população local e mostrar que este é apenas o início de uma nova etapa.

“Regressar às origens e apresentar a MAKE ART Essential na Festa em Honra de Nossa Senhora da Assunção de Cabeça Gorda é uma honra com um significado especial”.



Catarina Paulo acredita que o design tem o poder de transmitir emoções e que estas podem marcar as pessoas através da imagem e do posicionamento de uma marca. Reflete tudo isso no símbolo, onde reúne o “M” de MAKE e o “A” de ART, uma coroa que representa conquista e responsabilidade e uma flor de lótus, associada à pureza, ao renascimento e à superação. “Somos ‘Essential’ porque tudo na vida é essencial — e ser o nosso próprio essencial é o passo mais importante”.

# Uma visão mais humana e próxima da infância

Nasceu de um sonho guardado durante mais de uma década e da vontade de devolver tempo à infância. Ao lado da filha, Sara da Conceição Matias criou o Little People, um Centro de Estudos e ATL, onde cada dia é pensado para estimular a curiosidade das crianças e transformar pequenas descobertas em grandes aprendizagens.



**Este desejo acompanhou-a durante 15 anos. Inicialmente pensado como Benjamim, o projeto evoluiu para o Centro de Estudos & ATL Little People. O que mudou na sua vida, ou em si, para encontrar a coragem de o concretizar?**

O sonho nunca deixou de existir. Durante quinze anos acompanhou-me em silêncio, à espera de que eu estivesse preparada para lhe dar vida. O que mudou não foi o sonho, fui eu. Compreendi que a coragem não chega antes da decisão, nasce quando decidimos avançar, apesar dos receios. Hoje sei que aqueles anos não foram de espera, mas de preparação. O Little People nasceu no momento em que a mulher que o sonhava se tornou capaz de o concretizar.

**Almeirim foi a cidade escolhida. O que acredita ter trazido de novo à comunidade?**

Almeirim foi uma escolha de coração e de responsabilidade. Precisava de estar mais próxima da minha família e encontrei em Almeirim o lugar certo para concretizar este projeto. Mais do que abrir um Centro de Estudos, quis criar um espaço onde aprender e crescer caminhassem lado a lado com o brincar, a autonomia e a felicidade. Acredito que o Little People trouxe uma forma mais próxima e humana de olhar para a infância, sempre em parceria com as famílias.

**Por vezes, a ideia de frequentar um ATL não entusiasma as crianças, por o associarem a mais regras e rotinas. Como tenta contrariar a ideia de que as crianças devem estar constantemente ocupadas ou orientadas, valorizando também o “brincar ao ar livre” e a sua autonomia?**

Acredito que as crianças não precisam de estar constantemente ocupadas para aprender. Muitas das aprendizagens mais importantes acontecem quando têm tempo para brincar, explorar, imaginar e descobrir o mundo ao seu próprio ritmo. No Little People procuramos esse equilíbrio: há tempo para estudar, mas também para brincar, criar amizades, resolver conflitos e desenvolver autonomia. Porque uma infância bem vivida é, muitas vezes, a melhor preparação para a vida adulta.

**Beatriz, a sua filha, é assistente social e partilha consigo esta missão. Que valores procuram transmitir não só às crianças, mas às famílias?**

Ter a Beatriz ao meu lado é um privilégio. Mais do que mãe e filha, partilhamos a mesma forma de olhar para as crianças e para as famílias. Queremos que cada criança se sinta valorizada, respeitada e feliz, e que cada família encontre em nós confiança, proximidade e verdade. Acreditamos que educar é uma parceria e que os valores que transmitimos todos os dias são tão importantes como qualquer aprendizagem escolar.





# Portugal lidera confiança na União Europeia

O novo Eurobarómetro do Parlamento Europeu revela que Portugal é o Estado-Membro onde a União Europeia é mais reconhecida como um espaço de estabilidade. A confiança no projeto europeu mantém-se elevada, mas persistem preocupações com o custo de vida e a evolução da economia.

Portugal é o país da União Europeia onde os cidadãos mais associam o projeto europeu à estabilidade. Segundo o Eurobarómetro da primavera de 2026, 94% dos portugueses consideram que a UE representa um fator de estabilidade num mundo marcado pela incerteza geopolítica, o valor mais elevado entre os 27 Estados-Membros. Na média europeia, essa perceção sobe para 75%, o melhor resultado da última década.

Quarenta anos após a adesão às então Comunidades Europeias, 90% dos portugueses afirmam que o país beneficiou da integração europeia. O reforço da voz de Portugal no mundo surge como o principal ganho apontado pelos inquiridos, seguido do crescimento económico e das oportunidades de emprego.

O estudo mostra ainda que os portugueses esperam uma União Europeia mais interventiva. Nove em cada dez defendem um reforço do papel europeu na proteção dos cidadãos perante crises

internacionais e riscos de segurança, enquanto 92% consideram que a União deve dispor de mais meios para responder aos desafios globais.

Apesar da confiança nas instituições europeias, as preocupações económicas continuam presentes. A inflação, o aumento dos preços e o custo de vida são identificados como a principal prioridade para o Parlamento Europeu, à frente da saúde pública e da economia. Cerca de quatro em cada dez portugueses antecipam, aliás, uma deterioração do seu nível de vida nos próximos anos. A imagem do Parlamento Europeu permanece, ainda assim, positiva em Portugal. Cinquenta e oito por cento dos inquiridos têm uma perceção favorável da instituição e 69% defendem que esta deverá assumir um papel mais relevante na resposta aos desafios que a Europa enfrenta.

© European Union - 2026



A relação entre estética e saúde tornou-se cada vez mais próxima. Os avanços da dermatologia, da cosmética e da investigação sobre o envelhecimento cutâneo reforçaram a importância dos cuidados preventivos, contribuindo para uma abordagem centrada na preservação da saúde da pele ao longo da vida.

Este conhecimento alterou a forma de encargar os cuidados estéticos. A proteção solar diária, a hidratação adequada, a utilização de produtos ajustados a cada tipo de pele e o acompanhamento por profissionais qualificados assumem hoje um papel relevante na prevenção do envelhecimento cutâneo e na manutenção da função protetora da pele, o maior órgão do corpo humano. A investigação científica também abriu caminho ao desenvolvimento de formulações mais eficazes e de tecnologias orientadas para necessidades específicas, permitindo uma maior personalização dos cuidados. A escolha de produtos ou tratamentos tende a apoiar-se cada vez mais em evidência científica, privilegiando segurança, eficácia e adequação às características individuais. A própria linguagem do setor acompanha esta mudança. A expressão anti-ageing, durante muitos anos dominante na comunicação da indústria da beleza, tem vindo a ser progressivamente substituída por conceitos como well-ageing ou envelhecimento saudável. A alteração traduz uma mudança de perspetiva. O envelhecimento deixou de ser encarado como um problema a eliminar para passar a ser entendido como um processo natural que pode ser acompanhado com conhecimento, prevenção e cuidados adequados.

# Quando a beleza começa pelo bem-estar

Em Cascais, o Be You Concept, é um espaço onde o toque, a tranquilidade e o cuidado terapêutico têm o mesmo valor que os resultados estéticos. Quem o diz é Thuane Reis, mentora e rosto da marca, para quem a beleza deve ser vivida como um ritual, apostando no relaxamento ao invés de soluções rápidas. Além de oferecer um conjunto diversificado de serviços, é possível conhecer as técnicas da clínica através de formações.



**Ao escolher a cidade de Cascais para dar vida à Be You Concept, que inspiração encontrou neste lugar e que novo significado quis trazer ao conceito de beleza e cuidado pessoal?**

Cascais encantou-me pela forma como concilia sofisticação e tranquilidade. Apesar da proximidade com Lisboa, mantém um ritmo de vida que valoriza o bem-estar, a natureza e a atenção aos detalhes. Foi essa essência que inspirou a Be You Concept. Acreditamos que a beleza deve ser vivida como um ritual, um momento para desacelerar, cuidar do corpo e da mente e reencontrar o equilíbrio. Mais do que realizar tratamentos, procuramos proporcionar uma experiência onde o toque, o cuidado e o bem-estar terapêutico têm o mesmo valor que os resultados.

**Na base de qualquer procedimento está a confiança e a valorização pessoal. Que serviços disponibilizam aos vossos clientes**

**e quais são os mais procurados?**

Disponibilizamos uma abordagem integrada de estética facial e corporal, com destaque para tecnologias de rejuvenescimento, tratamentos de remodelação corporal, massagens terapêuticas, pedicure, spa e micropigmentação natural de sobrancelhas e lábios. Os procedimentos mais procurados são aqueles que promovem resultados progressivos e naturais, respeitando a individualidade de cada pessoa. O nosso objetivo nunca é transformar, mas realçar a beleza que já existe e devolver confiança para que cada cliente se sinta bem na sua própria pele.

**Cada pele, cada corpo e cada rosto têm uma linguagem própria. Como se aprende a escutar aquilo que não é dito por cada cliente, sobretudo em fases mais sensíveis, como o pós-operatório?**

O cuidado humanizado começa muito antes do tratamento. Passa pela escuta ativa, pela observação atenta e pelo toque terapêutico, que muitas vezes revela aquilo que as palavras não conseguem expressar. Vivemos numa época marcada pela pressão estética e pela procura de resultados imediatos, o que pode contribuir para uma relação pouco saudável com a própria imagem. Na Be You acreditamos que o nosso papel é orientar cada cliente de forma ética, segura e consciente, privilegiando protocolos personalizados, hábitos saudáveis e resultados naturais e sustentáveis, em vez de soluções rápidas.

**A par do trabalho desenvolvido neste espaço, é também mentora e formadora. Que competências considera fundamentais**

**transmitir para marcar a diferença nesta área?**

A formação é um dos pilares da Be You Concept e é desenvolvida em conjunto com a esteticista e cosmetóloga Cristina Araújo, profissional com mais de 18 anos de experiência, especialização em terapias orientais e pós-operatório, e comigo, esteticista, gestora e fundadora da Be You. Acreditamos que um profissional de excelência deve desenvolver três competências essenciais: raciocínio clínico, para compreender a fisiologia e personalizar cada tratamento; posicionamento estratégico, para construir uma marca diferenciadora; e valores sólidos, que sustentem uma atuação ética e centrada no cliente. A técnica pode ser aprendida, mas é a combinação entre conhecimento, propósito e responsabilidade que constrói carreiras duradouras.





# “O nosso objetivo não é alterar rostos, mas estimular um rejuvenescimento harmonioso, respeitando sempre a identidade de cada pessoa”

Entre o tempo que passa e a imagem que cada um guarda de si, vive o desejo de envelhecer sem deixar de ser quem se é. Na CliniAura, Gabriella Araújo, especialista em Estética Avançada, acredita que os melhores tratamentos partem da escuta, da compreensão e de um plano pensado à medida de cada pessoa, procurando, como refere, “realçar a beleza natural”.

**«Mais de 11 anos a transformar vidas» é a mensagem que acompanha a CliniAura. Como ajudam pessoas a cuidar da sua imagem e bem-estar?**

Na CliniAura acreditamos que cuidar da imagem é, acima de tudo, cuidar da autoestima e do bem-estar. Há mais de 11 anos que acompanhamos cada pessoa de forma personalizada, compreendendo as suas necessidades antes de definir qualquer tratamento. Cada plano é desenvolvido individualmente, porque acreditamos que os melhores resultados começam por ouvir, compreender e respeitar quem nos procura. Mais do que transformar a aparência, procuramos realçar a beleza natural, promovendo resultados elegantes, equilibrados e duradouros.



**tratamentos de rejuvenescimento facial?**

O HIFU (Ultrassom Focalizado de Alta Intensidade) é uma das tecnologias mais inovadoras no rejuvenescimento facial não invasivo. Atua nas camadas profundas da pele, estimulando naturalmente a produção de colagénio e elastina e ativando os mecanismos naturais de regeneração cutânea. Embora seja frequente observar um efeito tensor inicial, é ao longo das semanas seguintes que ocorre a verdadeira renovação da pele, tornando-a progressivamente mais firme, luminosa e rejuvenescida, com evolução até cerca de três meses. Na CliniAura desenvolvemos o protocolo exclusivo LiftAge, que associa o HIFU a cuidados complementares selecionados

para potenciar a regeneração da pele e otimizar os resultados. O nosso objetivo não é alterar rostos, mas estimular um rejuvenescimento harmonioso, respeitando sempre a identidade de cada pessoa.

**Nem sempre um único tratamento é suficiente para satisfazer as expectativas do cliente. Como é que uma abordagem personalizada, aliada à conjugação de diferentes serviços estéticos, permite definir planos de tratamento mais completos e duradouros?**

Cada pele envelhece de forma diferente e, por isso, não existem soluções universais. Após uma avaliação individualizada, desenvolvemos protocolos personalizados que combinam diferentes tecnologias de forma estratégica. Esta abordagem integrada permite atuar em várias camadas da pele, potenciando resultados mais completos, naturais e duradouros, sempre com segurança e respeito pela fisiologia de cada pessoa.

**A procura por resultados naturais é cada vez maior. Que resultados e benefícios podem os clientes esperar de tecnologias não invasivas como o HIFU, a remodelação corporal e os**

**O setor da estética não para de evoluir. Que tendências vos surpreendem e que novos tratamentos gostariam de introduzir?**

A estética evolui para uma abordagem cada vez mais preventiva, personalizada e baseada na evidência científica. Na CliniAura acompanhamos continuamente essa evolução para oferecer tratamentos eficazes, seguros e inovadores. Pretendemos continuar a investir em tecnologias de última geração para bioestimulação do colagénio, regeneração cutânea e rejuvenescimento não invasivo, proporcionando soluções que respeitem a individualidade de cada pessoa. 

# Alterações climáticas já influenciam a compra de casa

As alterações climáticas estão a mudar os critérios de escolha de uma habitação. Um estudo revela que 87% dos portugueses consideram importante a exposição da casa a fenómenos extremos no momento de comprar um imóvel. Tempestades e ondas de calor lideram as preocupações, embora apenas 12% dos inquiridos considerem que a sua habitação está totalmente preparada para enfrentar estes riscos.

A localização, o preço e a eficiência energética continuam a pesar na escolha de uma casa, mas há um novo fator a ganhar relevância: a capacidade da habitação para resistir aos efeitos das alterações climáticas. Segundo um estudo do Observador Cetelem, 87% dos portugueses afirmam que a exposição a fenómenos climáticos extremos é um critério importante ou muito importante quando ponderam comprar uma nova habitação.

As tempestades, rajadas de vento e tornados locais são apontados por 48% dos inquiridos como o principal risco para as suas casas. Logo a seguir surgem as ondas de calor, referidas por 45%, colocando Portugal entre os países europeus onde este fenómeno gera maior preocupação. O frio (30%), os incêndios (20%) e as inundações (18%) completam a lista das ameaças mais frequentemente identificadas.

Ao contrário do que acontece na média europeia, onde o calor ocupa o primeiro lugar entre as preocupações, em Portugal são os fenómenos associados ao vento que lideram

as respostas. O estudo associa esta diferença ao impacto das tempestades que marcaram o início do ano no país.

A crescente consciência dos riscos climáticos contrasta, porém, com a perceção de que o parque habitacional continua pouco preparado para lhes responder. Embora 89% dos portugueses considerem a sua casa confortável, apenas 62% entendem que ela está suficientemente equipada para enfrentar fenómenos extremos. Mais expressivo ainda é o facto de apenas 12% dos inquiridos afirmarem que a sua habitação está totalmente preparada para enfrentar riscos climáticos, um dos valores mais baixos entre os oito países abrangidos pelo estudo. O conforto das habitações continua também a variar consoante a estação do ano. A primavera e o verão são os períodos em que os portugueses se mostram mais satisfeitos com as condições das suas casas. Já o inverno permanece um desafio para uma parte significativa da população, com 29% dos inquiridos a afirmarem que o frio representa um problema na habitação, acima da média europeia de 22%.



## O valor das regras

No desporto, perder faz parte. Faz parte da competição, da rivalidade e da própria razão pela qual continuamos a acompanhar um jogo até ao último minuto. O que não faz parte é a dúvida sobre as regras.

Aceitamos uma derrota mais facilmente do que aceitamos a suspeita de que o resultado poderia ter sido outro se as regras não fossem as mesmas para todos. Parece um detalhe, mas é aí que reside uma das maiores forças do desporto. A competição vive da incerteza do resultado, nunca da incerteza das regras.

É essa confiança que permite que um campeonato tenha valor, que um recorde seja reconhecido ou que uma vitória sobreviva ao tempo. Sem ela, o desporto continua a existir, mas perde aquilo que o distingue de um simples espetáculo.

Durante muito tempo, o Direito foi visto como um elemento periférico do universo desportivo. Entrava em cena quando surgia um conflito, uma sanção disciplinar ou um diferendo contratual. Hoje, essa realidade é muito diferente. O crescimento económico do desporto, a internacionalização das competições, os direitos de transmissão, os contratos de patrocínio e a crescente exigência das estruturas tornaram inevitável uma presença mais

constante do enquadramento jurídico. Essa evolução, porém, não alterou o essencial. O Direito não existe para ocupar o lugar da competição, mas para a proteger. O seu papel é garantir que, terminado o jogo, permaneça intacta a confiança de que o mérito foi o fator decisivo.

Curiosamente, as melhores decisões jurídicas são muitas vezes aquelas de que ninguém fala. Significam que uma competição decorreu sem sobressaltos, que um conflito encontrou resposta dentro das instituições e que o foco permaneceu onde sempre deveria estar. Nos atletas, nas equipas e no jogo.

Preservar essa confiança tornou-se uma responsabilidade partilhada por todos os que integram o ecossistema desportivo. Porque uma vitória vale pelo talento que a construiu, mas também pela certeza de que foi alcançada dentro de regras que todos reconhecem como legítimas.





## O FUTURO DO DESPORTO TAMBÉM SE ESCRIVE NO DIREITO

Por **Ana Marques**, Associação Portuguesa de Direito Desportivo

Durante décadas, o Direito Desportivo foi percecionado como uma disciplina periférica, conovocada apenas quando surgia um litígio disciplinar ou era preciso aplicar um regulamento. Essa visão está hoje ultrapassada. O desporto transformou-se numa das mais relevantes indústrias globais, cruzando interesses económicos, empresariais, tecnológicos e institucionais que exigem respostas jurídicas cada vez mais sofisticadas.

Falar de desporto é, hoje, falar de governação, integridade, sustentabilidade, inteligência artificial, investimento, compliance e arbitragem internacional. À medida que cresce o impacto económico do setor, cresce igualmente a necessidade de instituições credíveis, regras robustas e decisões juridicamente sustentadas.

O Direito Desportivo deixou, por isso, de ser um direito de reação para assumir uma função estratégica de antecipação. Já não intervém apenas quando surge um conflito, participa, cada vez mais, na construção de modelos de governação, na mitigação de riscos, na proteção da integridade das competições e na criação de um ambiente de confiança para atletas, clubes, federações, investidores e restantes agentes do ecossistema desportivo.

É neste contexto que a Associação Portuguesa de Direito Desportivo (APDD) assume um papel particularmente relevante. Mais do que uma associação científica, a APDD afirma-se como um

espaço de pensamento, conhecimento e diálogo entre a academia, os profissionais do Direito, os agentes desportivos, os reguladores, as empresas e os decisores públicos, contribuindo para uma visão mais moderna, interdisciplinar e internacional do Direito Desportivo. A sua missão de promover a formação, a investigação, a divulgação e o debate jurídico constitui hoje um verdadeiro fator de valorização do sistema desportivo português.

Essa ambição não se esgota no plano nacional. A cooperação com organizações congéneres da Europa e do espaço ibero-americano reforça a projeção internacional da APDD e permite que Portugal participe ativamente na reflexão sobre os grandes desafios jurídicos que moldam o desporto global. Paralelamente, a aposta na criação de delegações regionais traduz uma visão descentralizadora, aproximando o Direito Desportivo de todo o território e tornando o conhecimento mais acessível aos diferentes agentes do setor.

O futuro do desporto continuará a decidir-se dentro das quatro linhas. Mas a sua credibilidade, sustentabilidade e capacidade de crescimento continuarão, inevitavelmente, a construir-se fora delas. E é precisamente nesse espaço que a APDD é chamada a desempenhar um papel determinante no desenvolvimento institucional do desporto português. 

# Portugal Sou Eu aposta na Geração Z para valorizar a produção nacional

A campanha “Um dos Nossos” coloca jovens empreendedores portugueses no centro da estratégia de comunicação do Portugal Sou Eu. O objetivo é aproximar a Geração Z da produção nacional, promovendo a valorização dos produtos e serviços de origem portuguesa e reforçando a ligação dos mais jovens ao que é produzido no país.

O programa Portugal Sou Eu reforça a sua estratégia de comunicação com a campanha “Um dos Nossos”, uma iniciativa que dá protagonismo a jovens empreendedores portugueses e pretende aproximar a Geração Z da produção nacional. Integrada no posicionamento “Mostra que és dos nossos”, a campanha procura demonstrar que escolher, produzir e investir em Portugal representa não apenas uma opção com impacto económico, mas também uma afirmação de inovação, autenticidade e identidade. Através de histórias reais de empresários que desenvolvem os seus projetos com base em produtos e serviços de origem nacional, a campanha apresenta uma nova geração de empreendedores como embaixadores dos valores do Portugal Sou Eu. O objetivo é mostrar que a produção nacional pode responder às expectativas dos consumidores mais jovens, conciliando criatividade, sustentabilidade e competitividade.

Assente sobretudo nos meios digitais, a campanha é divulgada nas plataformas do programa e nas redes sociais dos empreendedores e das respetivas marcas, privilegiando uma linguagem próxima da Geração Z e incentivando escolhas de consumo mais conscientes. O desenvolvimento criativo esteve a cargo da agência Taylor. Criado em 2012, o Portugal Sou Eu distingue produtos e serviços que geram valor em Portugal através da atribuição de um selo de origem nacional. O programa reúne atualmente 4.691 empresas registadas, 2.004 empresas aderentes e 21.118 produtos e serviços qualificados, reforçando o seu papel na promoção da competitividade das empresas e na valorização da produção portuguesa.

**Um dos Nossos**  
Dá força ao talento nacional

PORTUGAL SOU EU

Escolhe produtos e serviços com este selo

COMPETE PT2020 2030

Financiada pela União Europeia



**ABERTO TODO O ANO - OPEN ALL YEAR**

# **ZOO** **DE LAGOS**



**FOLLOW US  
ZOO DE LAGOS**

**WWW.ZOOLAGOS.COM**





CONSULTORIA E FORMAÇÃO DIGITAL  
COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

# Simplify Digital, Humanize Business

Acabamos de vez com o  
**caos digital** do seu negócio.

Consultoria e Formação dedicada ao crescimento de PMEs em Portugal. Desenhamos operações eficazes combinando a estratégia digital, otimização de processos e Inteligência Artificial.



DIGITALIZE E DESCUBRA  
**[www.digitalforyou.pt](http://www.digitalforyou.pt)**

+351 916 383 397  
[info@digital-foryou.pt](mailto:info@digital-foryou.pt)