

# career ● choices®

5ª EDIÇÃO | OUT 2021

*Entrevista*

**RITA  
NABEIRO**  
CEO,  
ADEGA MAYOR



*Entrevista*

**PEDRO  
PINTO**  
FOUNDER AND CEO,  
EMPOWER SPORTS



**CRISTINA CAMPOS**  
PRESIDENTE, GRUPO NOVARTIS PORTUGAL

*"Do what you love and  
love what you do."*

**CARLOS ALVES**  
CEO, BRING GLOBAL

*"Tomem decisões com motivações  
verdadeiras e por boas razões."*

## *Bruno Batista*

CEO, Grupo GCI

*"Acordo todos os dias sem saber nada.  
Ao longo do dia vou aprendendo."*

R E G R E S S O D O M E R C A D O



EUGÉNIO CAMPOS®

JEWELS

www.eugeniocampos.com



# EDITORIAL

## REGRESSAMOS! E AGORA?

A pandemia mudou o mundo. Dizem por aí que Setembro foi o "regresso do mercado", também chamado do "novo normal". Será? Todos os anos o Mercado reabre em Setembro. Há demissões, admissões, reestruturações, aquisições fusões, etc,

Com a pandemia, este regresso no âmbito da Gestão de Pessoas, exige tudo a dobrar: paciência, foco e atenção de Líderes de empresas e equipas. Sem o devido acompanhamento, todo o planeamento global de negócio poderá ficar em risco. Em suma, existem vários passos, uns mais urgentes que outros, para minimizar riscos organizacionais, financeiros e, acima de tudo, de equilíbrio emocional transversal a todas as hierarquias.



De acordo com a Consultora McKinsey, muito há a fazer. " 2021 será de transição. Excetuando-se a ocorrência de catástrofes inesperadas, acreditamos que as empresas, as pessoas e a sociedade em geral já podem começar a refletir sobre seu futuro, em vez de simplesmente suportar as agruras do presente. A pandemia mudou isso, com dezenas de milhões de pessoas fazendo a transição para trabalhar de casa – do dia para a noite – numa grande diversidade de setores da economia."

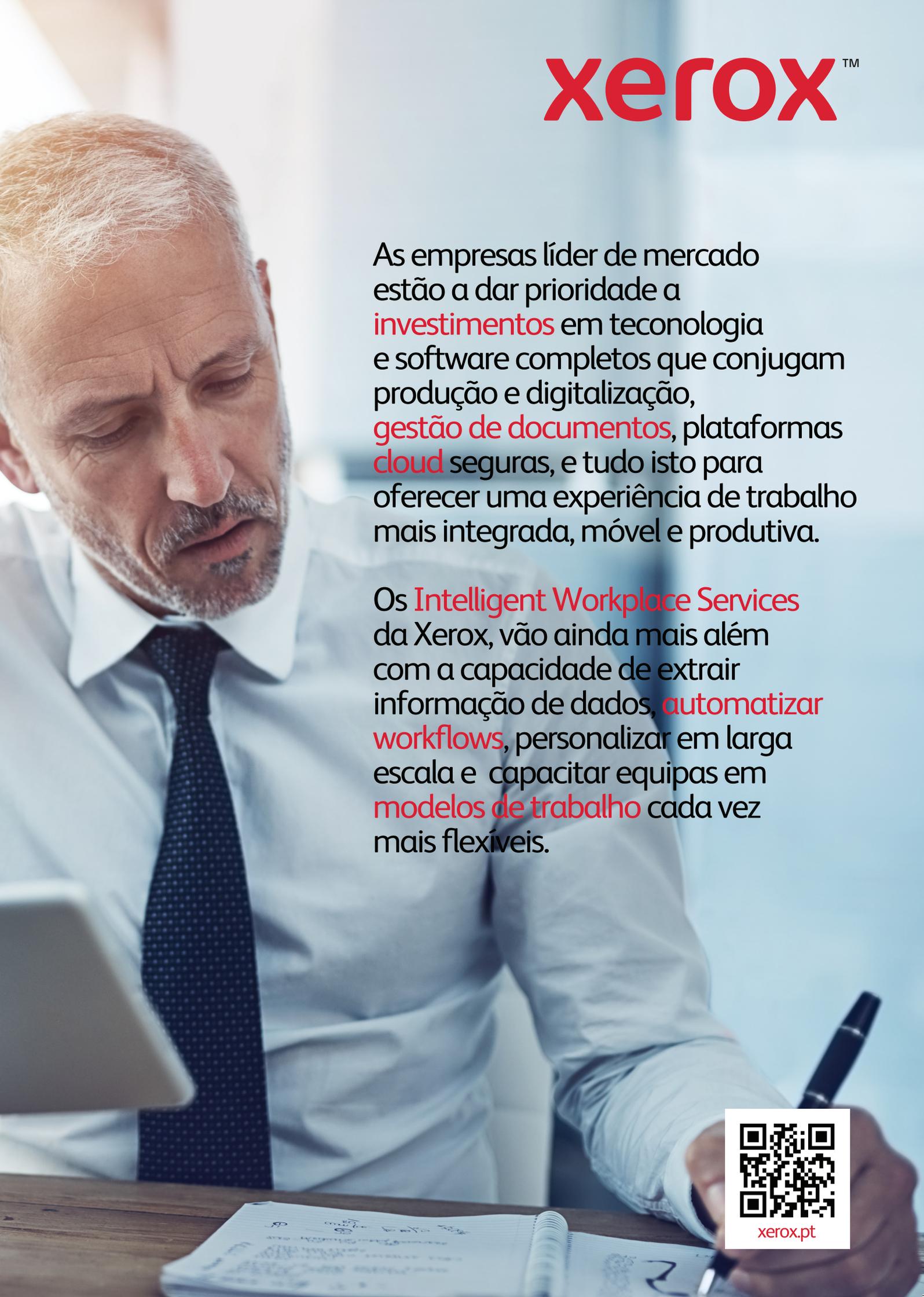
O McKinsey Global Institute estima que mais de 20% da força de trabalho global pode trabalhar a maior parte do tempo fora do escritório – e obter o mesmo nível de eficiência. O mesmo estudo apresenta uma lista diversificada de realidades. Tais como:

- O retorno da confiança destrava o regresso volta do consumidor
- Viagens de lazer estão a regressar, enquanto que as de trabalho permanecem em baixa
- A crise desencadeia uma onda de inovação e uma nova geração de empreendedores
- Os ganhos de produtividade decorrentes do digital aceleram a 4ª Revolução Industrial
- O "futuro" do trabalho chega antes do previsto

Em abril de 2020, Satya Nadella, CEO da Microsoft, apontou que "observamos 2 anos de transformação digital ocorrendo em apenas 2 meses". Apenas com uma liderança focada e empenhada (corporativa, social e política) todas as mudanças drasticamente anunciadas, poderão criar as bases que sem uma pandemia levariam mais 10 anos a concretizar.

Bom regresso!

**IT'S ALL ABOUT PEOPLE**



# xerox™

As empresas líder de mercado estão a dar prioridade a **investimentos** em tecnologia e software completos que conjugam produção e digitalização, **gestão de documentos**, plataformas **cloud** seguras, e tudo isto para oferecer uma experiência de trabalho mais integrada, móvel e produtiva.

Os **Intelligent Workplace Services** da Xerox, vão ainda mais além com a capacidade de extrair informação de dados, **automatizar workflows**, personalizar em larga escala e capacitar equipas em **modelos de trabalho** cada vez mais flexíveis.



xerox.pt

**06.***BRUNO BATISTA*  
**Entrevista****26.***CRISTINA CAMPOS*  
**Insight****42.***RITA NABEIRO*  
**Entrevista****52.***MÓNICA M. JARDIM*  
**Entrevista****84.***PEDRO PINTO*  
**Entrevista****105.***RITA CARMO*  
**Entrevista**

**11.** MADALENA MARQUES  
**14.** CARLOS ALBERTO ALVES  
**20.** FILIPE MADEIRA  
**30.** HUGO PROTAZIO  
**34.** JOANA SCHENKER  
**38.** PEDRO RODRIGUES  
**41.** SOFIA RODRIGUES  
**48.** CINDY BARARDO  
**51.** PEDRO SOARES DE MELLO

**56.** DAVID MOTA  
**59.** MAFALDA ALMEIDA  
**60.** MÁRCIA CARNEIRO  
**64.** NÁDIA LEITÃO  
**68.** PAULA PERFEITO  
**72.** PAULO MOREIRA  
**76.** RAQUEL MACHADO  
**81.** TITO CAMACHO  
**87.** PEDRO MENDES

**89.** CLÁUDIA CAMACHO  
**92.** LETICIA RAQUEL  
**95.** MARIA JOÃO DE FIGUEIREDO  
**98.** MARTA WAHON  
**112.** CARLOS KNORR  
**124.** AMAURA  
**128.** JOANA PINTO COELHO  
**134.** FAUSTO BELUCCI

**Coordenação Executiva** Susana Miranda **Coordenadores Adjuntos** Ana Rodrigues e Ricardo Milho  
**Diretor de Arte** Ricardo Milho **Editor Adjunto** Ana Rodrigues **Redação** Susana Miranda e Ana Rodrigues  
**Arte/Design** Ana Rodrigues e Ricardo Milho **Coordenadora de Conteúdos** Susana Miranda  
**Marketing e Comunicação** M de Milho **Produção e Circulação** Susana Miranda  
**Propriedade** SM Gestão de Carreiras, Unip. Lda. **Fotógrafo Oficial** Bruno Moreira Rato



# BRUNO BATISTA

**Cresceu entre os valores tradicionais alentejanos e uma Espanha descontraída, que desde cedo lhe mostrou haver muito mais para além do horizonte do seu Alentejo. Construiu a pulso a sua estrada para o mundo, sendo que a primeira paragem foi o estúdio regional da Rádio Renascença, onde descobriu o bichinho da comunicação. Sete anos mais tarde, e depois de fazer colagens em bobinas de fita revox, relatos de futebol e entrevistas, trocou o microfone e as notícias pelo Marketing e Comunicação, e ingressou na Delta Cafés. Seguiu-se a direção de marketing da Smartbox e a vontade de fundar a sua empresa - a WMK, à qual juntou, 10 anos depois, a GCI, uma agência de comunicação com mais de 25 anos no mercado e uma das principais do sector em Portugal.**

*CEO, GRUPO GCI*

O Bruno Batista é uma força da natureza na área da Comunicação, embora considere ter sido até “bastante tímido” nos seus anos de juventude. É CEO do Grupo GCI, tem 39 anos e é natural de Elvas.

Conta que no início desta última etapa foi “David contra Golias”. Contudo, o inconformismo, característica que herdou da avó, “mulher que nunca teve medo de arriscar e fazer acontecer”, e a vontade de empreender, levaram a que fosse em frente. Hoje tem um grupo empresarial que conta com três dezenas de pessoas e um portefólio de marcas com origem em vários setores de atividade, do setor público e privado.

Crítico quanto ao papel que a sociedade tem, face a temas como a destruição dos recursos ambientais e todas as consequências que isso agrega, procura através da Sustainable Society Initiative, a mais recente marca do Grupo, projetos inovadores que agreguem valor de sustentabilidade e deixem uma pegada positiva. De raciocínio rápido, passa de um tema para outro num ápice, mas sem nunca perder o fio à meada. Revela que gosta de fazer análise sociológica e de traçar perfis de pessoas, quer seja através das redes sociais, programas de TV ou mesmo em situações do dia-a-dia. Talvez por isso, e embora adore o ambiente que criou na sua “home sweet home”, sinta falta das reuniões presenciais.



**"ACORDO TODOS  
OS DIAS SEM  
SABER NADA.  
AO LONGO  
DO DIA VOU  
APRENDENDO."**

Criatividade é para Bruno Batista um tema sem tabus ou romantismo. É que "o grande truque é tentar partir de um pressuposto de diferenciação sobre aquilo que já foi feito. Na verdade, não há grande ciência no mercado da comunicação e do marketing. Existem tendências e qualquer agência de comunicação deverá estar atenta para se saber posicionar e agir em conformidade". E foi o que fez quando a pandemia "lhes bateu à porta" e com a sua equipa superou as expectativas: "Adaptámos novas formas de criatividade, nomeadamente no "novo" digital".

Assim, em 2020 e em plena crise, nasce o [www.virtuallarena.pt](http://www.virtuallarena.pt), um projeto de inovação, capaz de revolucionar a realização de eventos digitais, que permite que uma das principais indústrias afetadas pela crise sanitária do COVID-19 possa voltar a funcionar. Congressos, concertos, feiras, exposições, reuniões de vendas ou conferências, são alguns dos exemplos de eventos



O nosso convidado especial deste mês partilhou temas de carreira e de gestão de pessoas numa conversa franca e directa com a Susana Miranda, fundadora e CEO do SM Group.

São estas conversas que fazem sentido. São estas aprendizagens reais de sucessos e obstáculos que nos ajudam a crescer como pessoas e profissionais.

Todas as carreiras são diferentes mas todas são fonte de inspiração para qualquer um de nós.

No fundo, It´s All About People.

que esta plataforma permite realizar através de experiência virtual singular.

Os eventos virtuais são uma realidade, mas desabafa que tem saudades dos eventos presenciais, das ativações de marca, da dinâmica e interação pessoal e profissional com os diversos públicos.

Quando tem de falar de si, as palavras não lhe saem facilmente. Reservado quanto à família, não deixa de dizer que são o seu pilar e que tem enorme admiração pelo pai, “pelo tanto que me ensinou e continua a ensinar”. Conta que não gosta de conduzir carros e por isso anda, habitualmente, de moto. Faz surf e diz que ao entrar na água consegue “desligar de tudo”. Os tempos livres são para o seu cão, para as suas plantas e viagens, uma das suas fontes de inspiração. A capacidade de criar histórias sempre o fascinou e conta que inveja a profissão de Guionista.

Não gosta de olhar para trás, não gosta de falar dos projetos que correram bem, e não se esquece de nenhum erro cometido. Focado na melhoria, viciado no novo, no diferente e disruptivo, Bruno compara frequentemente a indústria criativa à política: “Não se conquistam clientes com base no que

fizemos no passado, mas sim naquilo que fazemos acreditar que conseguimos criar agora”.

Quem o conhece fala da sua perseverança, da sua não acomodação e da coragem de olhar o mundo de frente e romper fronteiras. Comentam também sobre a sua gargalhada. Contudo, não é de sorriso fácil e admite, como tudo na vida, que “não foi fácil entrar na área onde hoje se movimenta” e que as dificuldades e os desafios que o mercado lhe apresentou e apresenta são assumidos por si como motivações. De igual modo, assume que o networking e a frontalidade com que gere as suas relações profissionais foram essenciais em cada degrau da sua carreira.

Gosta de gerir com base na dinâmica e autonomia das equipas, pois acredita que só assim existe criatividade e se alcança/retira o melhor de cada colaborador, o que permite elevar o potencial das pessoas e das próprias marcas. A assessoria política é uma velha paixão, a quem tem dedicado ultimamente muito do seu dia-a-dia, pois trabalha, com as suas equipas, para várias “cores políticas”.

Afinal, o Bruno é uma Pessoa de Pessoas. Realista na sua visão de gestão de negócios e de pessoas, desvenda que só com paixão, disponibilidade mental e muito foco se conseguem resultados reais e realistas. Por isso, não gosta de situações ou visões camufladas da vida e defende a frontalidade e a clareza nas conversas. ■



# CONTRATO DE TRABALHO SEM TERMO OU A TERMO?



**MADALENA MARQUES**  
Advogada

O período pós-férias de Verão é encarado, por muitas empresas e empresários, como um momento adequado para contratar trabalhadores, pois é visto como um momento de regresso à atividade que se quer “em força”!

No momento de contratar surge muitas vezes a questão sobre que tipo de contrato de trabalho celebrar, se um contrato sem termo, se a termo, e neste caso ainda, se a termo certo ou incerto - quando não é também equacionada a possibilidade de recurso a trabalho temporário!

Com efeito, o Código do Trabalho, sob o art.º 11º, estabelece, como regra, a celebração do contrato de trabalho sem termo, surgindo no mesmo Código a possibilidade de celebração de contratos a termo - sob o art.º 140º - como excecional.

Sucedem que, na prática verifica-se a inversão da situação. Isto é, “a regra” é a celebração de contratos a termo.

Considerando que as justificações para a celebração de contratos a termo têm, todas elas, as características de serem excepcionais e transitórias, a maior parte dos contratos a termo celebrados são ilegais, sendo nulo o termo e, conseqüentemente, tudo se passando como se tivesse sido inicialmente celebrado um contrato sem termo.

Convém ter presente que a celebração de um contrato a termo certo, o mais comum de 6 meses, não se destina a permitir que se faça a avaliação do trabalhador para se decidir se se pretende que o mesmo integre a empresa ou

não. Para isso existe o período experimental.

Optando-se pela celebração de um contrato a termo certo, de 6 meses, o empregador dispõe do período experimental de 30 dias - art.º 112º, n.º 2, al. a) - para avaliar a prestação do trabalhador. Porém, se optar pela celebração de um contrato de trabalho sem termo, o período experimental é de, pelo menos, 90 dias - n.º 1, al. a) do mesmo artigo.

É verdade que, celebrando-se um contrato de trabalho sem termo, decorrido que seja o período experimental, o contrato apenas pode cessar, por iniciativa do empregador, se existir violação dos deveres por parte do trabalhador, ou se se verificarem circunstâncias objetivas que permitam ao empregador extinguir o posto de trabalho.

Sendo celebrado um contrato de trabalho a termo certo, o empregador pode decidir fazer cessar o contrato, por caducidade, no final do período de vigência estipulado, contudo não poderá contratar outra pessoa para ocupar o mesmo posto de trabalho, senão decorrido um período de tempo equivalente a um terço da duração da relação laboral que tenha caducado.

O legislador desincentiva a celebração dos contratos a termo com o intuito de promover a celebração de contratos duradouros, que promovam o estabelecimento de relações laborais estáveis.

## LEXUS LC 500 CABRIO

# O CÉU É A SUA ESTRADA

Ao volante de um Lexus LC 500 Cabrio, não há nada entre quem conduz e um pôr-do-sol à beira-mar. Ou um luar estrelado numa estrada de montanha. A isso a Lexus chama de exclusividade. É o poder de transformar a potência de um motor V8 atmosférico, o design luxuoso dos interiores em pele e a segurança do Lexus Safety System numa experiência única.

E a garantia de que a estrada e o céu existem só para nós.



### Centro Lexus Sintra

Estr. Terras da Lagoa 66, 2635-595 Rio de Mouro • [lexus.sintra@lexus.pt](mailto:lexus.sintra@lexus.pt) • 917 892 476

**Lexus Porto** • [lexus.porto@lexus.pt](mailto:lexus.porto@lexus.pt) • 226 076 141 • **Lexus Aveiro** • [lexus.aveiro@lexus.pt](mailto:lexus.aveiro@lexus.pt) • 914 316 718

**Lexus Coimbra** • [lexus.coimbra@lexus.pt](mailto:lexus.coimbra@lexus.pt) • 239 433 990 • **Lexus Lisboa** • [lexus.lisboa@lexus.pt](mailto:lexus.lisboa@lexus.pt) • 915 164 968

**Lexus Braga** • [jegouveia@lexus.pt](mailto:jegouveia@lexus.pt) • 962 218 821 • **Lexus Faro** • [lexus.faro@lexus.pt](mailto:lexus.faro@lexus.pt) • 289 810 700

 **LEXUS**  
EXPERIENCE AMAZING



Caetano Auto



# CARLOS ALBERTO ALVES

Nascido em Lisboa em janeiro de 1973, estudou tecnologia e computação em Stirling na Escócia, tendo feito toda a sua carreira no sector das tecnologias de informação com particular foco nas indústrias de telecomunicações e banca.

Iniciou a sua carreira na Inix s.a. onde esteve ligado ao desenvolvimento de software, mas foi na Novabase, onde esteve cerca de 14 anos, que viu a sua carreira evoluir nas áreas de consultoria e integração de sistemas, acompanhando o dinamismo e crescimento que a empresa registou durante esse período.

Em 2011 foi cofundador da Bring Global, onde é atualmente o CEO. A empresa é uma referência global em consultoria e integração de sistemas num mundo cada vez mais digital, e o projeto, uma história de empreendedorismo à escala global.

*CEO, BRING GLOBAL*

## **Qual o impacto da sua rede de contactos (networking) na evolução da sua Carreira?**

Foi e continua a ser vital. A nossa rede de contactos traduz o que fomos vivendo e construindo ao longo dos anos. São os nossos contactos que nos fazem crescer, aprender e onde o nosso caminho ganha significado. Acredito que a carreira é um processo de cocriação, de referências e confiança mútua entre pessoas. O mundo é um lugar muito difícil para travar batalhas sozinho.

## **Quais os momentos-chave da sua Carreira?**

Provavelmente nenhum dos momentos que vou mencionar dado que estes são o reflexo de muitos

outros que foram ocorrendo. De qualquer forma, recordo-me bem do difícil processo de reorganização da Novabase em 2002 no rebentamento da bolha das “.com”, da minha ida para Espanha e claro, a criação da Bring como empresa global.

## **Qual o impacto da pandemia na sua função e na sua equipa?**

Na minha função, o início da pandemia foi muito exigente dada a quantidade de atividades que tivemos de reorganizar de forma rápida. Alteramos o modelo de governo, a forma de nos relacionarmos para dentro e para fora, alinhando a empresa em todos os países em menos de 2 meses.

Tivemos impactos positivos como por exemplo, a redução abrupta nas viagens regulares que fazíamos e que nos mantinham fora duas semanas por mês.

Como menos positivo, a falta de contacto presencial foi o mais penalizador. Somos sociais por natureza e os colegas fazem-nos falta.

### **Considera manter o trabalho remoto a longo prazo?**

#### **Se sim, porquê.**

Acreditamos que o trabalho remoto, total ou parcial, faz parte do presente e do futuro. Está provado que funciona e estamos a trabalhar para conseguirmos um modelo que permita flexibilidade a todos os colaboradores, sem penalizar a cultura. Aguardamos o que dirá a legislação nos diferentes países para ver o que temos de salvaguardar.

### **Quais os desafios na gestão de equipas em contexto de trabalho remoto?**

Para além do isolamento individual e de existirem aspetos relacionados com a cultura de empresa que temos de salvaguardar, não vejo nenhum tema de maior no nosso setor. Confiamos plenamente nas nossas equipas, que já provaram serem capazes de fazer de forma remota, tudo o que fazíamos antes.

### **O que gostaria ainda de concretizar?**

Gostaria de continuar o que estamos a fazer e de continuar a contribuir para materializar o que sonhámos para a Bring no dia em que nascemos. Queremos ser cada vez mais globais e ser incontornáveis no que fazemos. É este o caminho em que acreditamos e que pessoalmente me motiva.

### **Como equilibra trabalho-pessoal-família?**

Com a natural dificuldade de quem tem a minha profissão. Procuo não descurar o lado familiar e ter momentos em família. Durante a semana tenho a vantagem de dormir pouco, pelo que quando se deitam, normalmente começo o turno da noite, onde sou bastante produtivo.

### **3 conselhos práticos para jovens Gestores.**

- 1) Tomem decisões com motivações verdadeiras e por boas razões.
- 2) O facto de outras pessoas terem maus princípios não vos obriga a serem más pessoas.
- 3) Sejam líderes socialmente responsáveis.

As pessoas que confiaram a sua carreira e o bem-estar da sua família em nós, merecem o nosso melhor todos os dias. ■



*Mafalda Almeida*

EXECUTIVE & LIFE COACH

# Certificação em Coaching, Inovação e Criatividade

Esta Certificação reúne os melhores princípios e as melhores práticas no âmbito do Coaching, recorrendo também a ferramentas e metodologias criativas baseadas nas melhores escolas de Liderança e de Desenvolvimento Pessoal.

No final, e se tiverem oportunidade será feita uma viagem com a duração de duas noites, à Disneyland Paris, onde terminará esta experiência da melhor forma, e onde será realizada uma parte importante do exame final.

Caso não consigam viajar connosco, existe sempre solução!



## Datas previstas:

- 30, 31 de Outubro e 1 Novembro
- 5, 6 e 7 de Novembro
- 19, 20 e 21 de Novembro

Contamos consigo para 9 dias de uma experiência inesquecível

 <https://www.mafaldaalmeida.com/certificacao-cic>



mafalda@mafaldaalmeida.com



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



[facebook.com/coachmafaldaalmeida](https://facebook.com/coachmafaldaalmeida)



[linkedin.com/in/mafaldaalmeida](https://linkedin.com/in/mafaldaalmeida)



[mafalda\\_almeida\\_coach](https://instagram.com/mafalda_almeida_coach)

# LANÇAMENTO OFICIAL DA REVISTA

Palácio Verride Santa Catarina, Lisboa, Julho 2021

A Revista Career Choices é um projecto editorial, resultado da parceria entre o SM Group e a Agência de Marketing e Comunicação M de Milho.

Em todas as edições diversos profissionais dos sectores Corporativo, Artístico e Cultural, partilham as suas histórias de carreira, com todos os sucessos, obstáculos e insights que proporcionam sugestões de desenvolvimento profissional e pessoal.

Em Julho foi realizado o evento de lançamento oficial, contando com a presença de convidados e representantes das marcas que vão participando ao longo das várias edições. Em simultâneo foi celebrado o 3º Aniversário do SM Group.

**IT'S ALL ABOUT PEOPLE**







# FILIPE MADEIRA

**Filipe Madeira, atual Chief Transformation Officer da Teleperformance Portugal, 38 anos, tem mais de 17 anos de experiência na área de Customer Experience Management, integrou a atual empresa em 2006 como Account Manager, sempre com a visão de que cada interação conta para estabelecer relações duradoras com os clientes. O background em Engenharia e mais tarde a especialização em Lean Six Sigma permitiram-lhe trazer para esta indústria uma abordagem mais pragmática e focada na eliminação da razão dos problemas. Hoje tem como principal foco liderar equipas de transformação e melhoria contínua, na pesquisa de novas tecnologias e abordagens mais eficientes para os problemas da indústria e dos seus clientes. Pai de 3 filhos, gosta muito de experiências em família, como equitação e bicicleta, séries e cinema são sempre bons momentos de lazer, e o desporto fundamental na sua rotina semanal.**

*CHIEF TRANSFORMATION OFFICER, TELEPERFORMANCE PORTUGAL*

## **Qual o principal obstáculo no seu início de Carreira?**

Ganhar a consciência que toda a aprendizagem académica que tinha feito até ali não seria suficiente, e que na realidade estava a entrar no mundo profissional e simultaneamente a iniciar um novo ciclo de aprendizagem. Hoje sei que a aprendizagem nunca vai terminar, e ainda bem que assim é.

O nosso percurso académico na área das engenharias é desenhado primeiramente para garantir conhecimentos técnicos, penso que podemos fazer melhor e incorporar comunicação, liderança, coaching, gestão de prioridades, pensamento criativo; estes são apenas alguns exemplos de competências que teremos

necessariamente de desenvolver para construirmos uma carreira.

## **Qual o impacto da sua rede de contactos (networking) na evolução da sua carreira?**

Na minha perspetiva uma verdadeira rede de contactos começa nas pessoas que vamos efetivamente conhecendo ao longo da nossa vida e não propriamente numa qualquer rede online.

Ao longo da minha carreira fui contactando com excelentes profissionais, criando ligações que nos permitem manter o contacto, discutir ideias, procurar opiniões sobre produtos ou serviços. Algumas destas pessoas trabalharam nas minhas equipas e torna-se

bastante gratificante acompanhar e celebrar os seus sucessos.

O maior impacto no nosso dia a dia acaba por ser, fruto da relação de confiança com os contactos da rede, a tomada de decisões mais informadas em menos tempo.

#### **O que valoriza na relação com colegas e chefias?**

Confiança é a base de tudo, não só com colegas e chefias, mas também com as equipas que lideramos. Tal como os trapezistas fazem o seu trabalho sabendo que têm a rede caso algo corra menos bem, a confiança é para mim a rede do ambiente profissional, tornando-se ainda mais fundamental quando estamos no início de carreira. Na minha perspetiva esta é a melhor forma de conseguirmos estar no nosso melhor e focar o nosso tempo e energia nos objetivos da empresa. Outro ponto fundamental é o trabalho em equipa e entreaajuda, todos temos objetivos e metas para atingir, mas temos de ter sempre presente que os objetivos de uma só pessoa não fazem os resultados de uma empresa. Dificilmente vou conseguir ter sucesso se mais ninguém tiver.

#### **Quais os momentos-chave da sua carreira?**

Um deles foi a primeira vez que fui convidado para assumir a liderança de uma equipa, não era algo que estivesse à espera naquele momento, principalmente porque na altura ainda estava a estudar e o meu foco era terminar a licenciatura. Sabia que ao aceitar esta responsabilidade seria uma grande oportunidade de aprendizagem, por outro lado provavelmente iria colocar a universidade em segundo plano e tive de resolver este aparente conflito.

O segundo foi entrar para a Teleperformance como Account Manager, uma empresa jovem, com uma liderança muito ambiciosa, que apesar da minha idade, acreditou que eu seria capaz de gerir e desenvolver um cliente que mais tarde veio a ser um dos maiores da empresa.

Outro momento chave foi quando alguns anos mais tarde, em resposta a uma necessidade da empresa,

criei um novo departamento que me aproximou de outras áreas transversais, aprofundei os conhecimentos sobre as várias vertentes do negócio. Hoje estas experiências conferem-me uma visão muito mais abrangente sobre a nossa indústria e os pontos onde temos mais oportunidades de transformação.

#### **Construiu ao longo do tempo um "Plano de Carreira"?**

Sim, mas opto por o fazer numa perspetiva mais ampla integrando a vida profissional e pessoal. Na minha perspetiva é um momento que devemos promover com alguma regularidade, identificar o que ambicionamos e reavaliar o que nos dá mais prazer, mas esta é apenas a primeira parte. Os resultados só vão surgir se analisarmos o nosso percurso de forma honesta, identificar as nossas oportunidades de melhoria, competências em défice, em seguida definir de forma concreta os próximos passos para colmatar os défices e por consequência aproximar do nosso objetivo.

#### **Qual o impacto dos seus líderes ao longo da carreira?**

Sempre encarei, desde o primeiro momento, os meus líderes como pessoas que tinham algo especial que os permitiu chegar à posição que ocupavam. Com o tempo fui aprendendo a focar-me nos seus pontos mais fortes e absorver esse conhecimento. Uma das principais lições foi perceber que enquanto líderes temos de ter a coragem para construir equipas diferentes de nós, com mais conhecimentos que nós, aceitar que em algumas áreas são melhores que nós e sobretudo hoje, ter a consciência que é esta heterogeneidade que leva ao sucesso enquanto equipa e por consequência individualmente.

#### **Qual o impacto da pandemia na sua função e/ou equipa?**

As minhas equipas já suportavam várias áreas da empresa e clientes de forma mais descentralizada, pelo que o impacto foi mais reduzido do que outras áreas

da empresa, o que nos levou a conseguir ajudar outros departamentos na migração.

Desde o início acreditámos que seria uma questão de tempo até que fosse decretado o confinamento que nos deixaria numa situação de quebra de serviços e com uma redução muito significativa nos rendimentos dos nossos colaboradores. Analisando a informação disponível decidimos em fevereiro iniciar a migração dos mais de 11.000 colaboradores para trabalho a partir de casa. Durante os primeiros dois meses, o foco de toda a empresa passou a ser a continuidade do negócio, o suporte aos nossos clientes que em breve estariam privados de lojas físicas, deixando os nossos canais como os únicos pontos de contacto com as empresas.

O grande esforço desta migração era principalmente de IT e logístico o que nos levou a transformar todas as pessoas disponíveis em "técnicos" de IT, ou envolvidos na parte logística de fazer chegar computadores e periféricos a casa dos colegas e ainda produção de material como cabos de rede.

Um dos elementos-chave para responder aos desafios que a pandemia colocou à Teleperformance foi, sem dúvida, o facto de já termos identificado o home office como tendência do mercado de trabalho ainda antes da crise pandémica. Em termos concretos, e graças à nossa fase de testes do Cloud Campus, ferramenta de home office da Teleperformance, foi-nos possível, aquando da transição do trabalho no escritório para casa, adaptar com maior facilidade os serviços prestados a partir da cloud. Este modelo permite-nos alcançar um maior equilíbrio entre a vida profissional e pessoal, sem comprometer a proximidade entre colegas nem a progressão de carreira.

### **Consideram manter o trabalho remoto a longo prazo? Porquê?**

Sim, o Teleperformance Cloud Campus foi implementado pela primeira vez em setembro de 2019. Esta forma de trabalhar não é uma tendência recente na Teleperformance, mas sim um modelo que estávamos a desenvolver mesmo antes da pandemia, focado

em assegurar um equilíbrio sustentado entre a vida profissional e a vida pessoal. Acredito que o home office seja a nova realidade e que o desafio da Teleperformance para os próximos anos vai passar pela aproximação a uma força de trabalho ainda mais heterogénea e descentralizada das operações físicas da empresa. E perspetivamos ter entre 30 e 50% do total dos nossos colaboradores em teletrabalho permanente, uma realidade que nos vai permitir conectar-nos com pessoas cada vez mais talentosas, qualificadas e motivadas, em qualquer parte do mundo.

### **Quais os desafios na gestão de equipas em contexto de trabalho remoto?**

O bem-estar e a segurança dos colaboradores sempre foram a primeira prioridade da Teleperformance e a pandemia veio reafirmar essa premissa. Desde cedo que identificámos um caminho necessário para alcançar uma crescente valorização do bem-estar, qualidade de vida e motivação dos nossos colaboradores, mantendo sempre a qualidade de serviços prestados aos nossos mais de 100 clientes. E nesse sentido, uma das prioridades da nossa liderança tem sido criar condições para que os nossos colaboradores se sintam inspirados, motivados e, acima de tudo, orgulhosos de pertencer à Teleperformance. A título de exemplo, é disponibilizado apoio médico e psicológico 24 horas por dia aos colaboradores e as atividades de cariz social que se realizavam presencialmente foram reformuladas para um ambiente digital, de forma a combater o isolamento e o distanciamento social. A proximidade dos colaboradores com o top management tornou-se mais importante do que nunca, e, nesse sentido, foi necessário que a liderança da Teleperformance desempenhasse um papel importante de união das equipas para manter todos os colaboradores motivados e informados das medidas adotadas.

**Qual o impacto do reconhecimento do Prémio “Best Place to Work” no plano estratégico da empresa?** Temos sido consecutivamente considerados como a empresa em território nacional que mais se

destaca em termos de crescimento orgânico e considerados por diversas vezes como a melhor empresa em termos de atração de jovens talentos. O reconhecimento como “Best Place to Work” é muito importante para nós, este resultado na realidade demonstra que o nosso plano estratégico está a funcionar, estamos a conseguir melhorar o ambiente de trabalho e a cultura organizacional. Este, e outros prémios que temos vindo a receber, aumentam a nossa responsabilidade de inovar e de implementar novas estratégias para continuar a diferenciar a nossa empresa e manter a nossa equipa coesa. Neste último ano devido à pandemia a prioridade foi reinventar as mais de 100 atividades anuais, gratuitas e dedicadas ao bem-estar dos colaboradores, para um formato digital. A Teleperformance é uma empresa centrada no colaborador que privilegia uma experiência profissional completa, ambiciosa e positiva no que diz respeito ao equilíbrio entre vida pessoal e profissional. As equipas multidisciplinares e multiculturais, com conhecimentos e experiências únicas oriundas de mais de 95 nacionalidades, permitem à Teleperformance criar um ambiente de trabalho saudável, amigável e seguro, que oferece uma experiência de excelência, tanto aos nossos colaboradores como aos nossos clientes. Tudo isto faz da Teleperformance um líder no mercado em que atua e no qual se pode apostar numa carreira de futuro.

### **3 conselhos para jovens profissionais.**

O principal é procurarem um trabalho e uma empresa que vos motive, onde se sintam realizados no final do dia, no qual seja possível usarem o vosso talento e continuar a desenvolvê-lo. Quando estamos motivados é sempre mais fácil, a qualidade do nosso trabalho será sempre muito superior e por consequência vamos conseguir progredir e crescer profissionalmente de forma mais rápida.

Invistam sempre que possível nas competências humanas, muitas vezes referidas como soft-skills, as componentes técnicas estão cobertas nas universidades, mas o dia a dia das empresas é feito de interações humanas, de nada serve ser o melhor técnico se não

conseguir apresentar as minhas ideias e o resultado do meu trabalho, compreender e integrar o feedback dos meus líderes e colegas.

Resiliência; ao longo dos anos vamos falhar, ter a capacidade de levantar a cabeça, aprender e continuar a tentar é que vai permitir alcançar o sucesso. Só falhamos quando estamos realmente a tentar crescer e explorar áreas novas, desafiar o que fazemos habitualmente, o que é fundamental para crescer e ganhar novas perspetivas. ■





## CRIAÇÃO DO DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO NA EMPRESA

A área de Educação tem a missão de desenvolver projetos e estratégias de sensibilização, encaminhamento e apoio individual aos colaboradores que integram ou venham a integrar percursos educativos. Tem o objetivo de contribuir, por um lado, para a elevação dos níveis de qualificação e de aprendizagem ao longo da vida e por outro, promover a mobilização e envolvimento para a tomada de consciência e mudança de atitudes, numa perspetiva de alinhamento com os valores da empresa.

No último exercício, com o propósito de elevar a qualificação dos colaboradores em geral, foram criados os programas Superior+ECI e Estudar+ECI. O primeiro destina-se a mobilizar colaboradores para ingressarem no ensino superior e também para aqueles que pretendem prosseguir estudos de formação pós-graduada. O programa Estudar+ECI visa apoiar os colaboradores a concluírem os níveis do ensino básico e secundário.

A empresa na universidade: participação em eventos e palestras que poderão ser integradas nos programas das disciplinas e das atividades previstas pelas universidades. O princípio é o da partilha de todo o conhecimento e “expertise” existente e com isso não só reconhecemos o valor e motivamos os nossos quadros técnicos e chefias, como damos um contributo para a investigação e para a sociedade. As ações corporizam-se através da realização de projetos de investigação, inovação e desenvolvimento, de cariz pedagógico, tecnológico, científico, social, nos domínios de interesse das instituições; participação de especialistas da empresa, em eventos e iniciativas de índole

científico, técnico, pedagógico, cultural, social e/ou de extensão universitária; estabelecimento de condições especiais para funcionários e colaboradores do El Corte Inglés, na propina.

A universidade na empresa: a lógica é a de tirar partido de todo o prestígio e reputação que a nossa empresa possui no mercado, associando-se às instituições que gozam da maior influência e notoriedade na sociedade, aliando-nos a uma causa tão nobre e meritória como é a educação. Neste caso, as ações materializam-se com estudantes das instituições de ensino (incluindo estudantes com deficiência e outros públicos no âmbito da Diversidade), na empresa para realização de Estágios e de trabalhos finais de curso; participação de docentes e investigadores das instituições em eventos, cursos e workshops na empresa.

Bolsas de mérito aos filhos - No âmbito do programa Empresa Familiarmente Responsável, a empresa tem vindo a atribuir bolsas de estudo aos melhores alunos, filhos de colaboradores, através de dois diferentes programas de bolsas de estudo. Com esta iniciativa a empresa pretende premiar os estudantes filhos e filhas de colaboradores que sejam um exemplo para os mais novos, mas também para os mais velhos, nomeadamente, para os seus próprios pais. A Empresa apoia e incentiva os percursos académicos e escolares dos seus colaboradores, mas também da família, e por isso, pelo terceiro ano consecutivo, o El Corte Inglés atribuiu um cabaz de material escolar a todas as crianças - filh@s de colaboradores que em cada ano letivo “entram para a escola”.



# CRISTINA CAMPOS

**Cristina Campos, Presidente do Grupo Novartis em Portugal desde julho de 2012 e Head of Novartis Corporate Affairs & Global Health, Integrated Access Programs & Markets desde janeiro 2021. Na Novartis desde 2004, altura em que assumiu a função de Diretora de Marketing, Cristina Campos passou por várias funções de Direção de diferentes Unidades de Negócio e foi Diretora Geral da Novartis Farma desde julho 2012 até dezembro de 2020.**

**No seu percurso profissional, desempenhou ainda funções nas áreas da gestão, e de marketing e vendas, em outras empresas do sector farmacêutico (Merck Sharp & Dohme) e do grande consumo (Procter & Gamble). É licenciada em Ciências Farmacêuticas pela Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa, formação complementada com um MBA pela Católica | Nova (Lisbon MBA).**

**É Vice-presidente da Associação Portuguesa da Indústria Farmacêutica (APIFARMA) desde 2015 e foi Presidente da direção do Lisbon MBA Alumni Club no mandato 2018-2021.**

*PRESIDENTE DO GRUPO NOVARTIS EM PORTUGAL  
CORPORATE AFFAIRS & GLOBAL HEALTH, HEAD INTEGRATED ACCESS PROGRAMS & MARKETS*

**Sempre encarei a minha carreira como uma jornada que me deveria trazer satisfação e sigo muito o mantra “do what you love and love what you do” que no fundo me ajuda a manter-me inspirada para contribuir de forma intencional e apaixonada.**

Partilhar experiência de carreira é sempre uma oportunidade para refletir, mas é também uma responsabilidade para inspirar. A carreira, como a vida, é feita de escolhas. Algumas difíceis e outras mais intuitivas ou naturais. Os momentos chave foram todos aqueles que me trouxeram oportunidade de me desafiar, de sair da zona de conforto e de abraçar novas experiências.

Acredito que isso me permitiu entregar com credibilidade em cada etapa da minha carreira. Este princípio norteou também muitas das escolhas que fui fazendo mesmo as mais difíceis. Deu-me a energia para me assegurar que estava no sítio certo em cada momento, e que a minha presença em cada função fazia sentido para mim e para os que me rodeiam. Fazer o que amo é, no fundo, estar alinhada com o meu propósito e com os valores com que me identifico, bem como trabalhar nas empresas com as equipas e com a missão onde sinto que posso dar o meu melhor. Amar o que faço é entregar-me com total integridade e compromisso à missão que tenho, e daí retirar e partilhar energia. Sempre procurei sentir-me capaz para cada

desafio, e para tal uma das minhas características que me tem ajudado é a curiosidade constante para aprender, bem como a abertura para desafiar a experiência ou os conhecimentos que já não servem.

Os grandes momentos de viragem na minha carreira foram as mudanças de empresas, a minha licença sabática para me dedicar ao MBA Católica|Nova em regime full-time, mas também os novos desafios de liderança e de gestão que fui abraçando dentro e fora da empresa.

Dos momentos menos óbvios, mas igualmente marcantes no meu crescimento enquanto pessoa e líder, destaco o nascimento dos meus filhos, que me ajudaram a colocar tudo em perspetiva e a reforçar o meu propósito, de viver para eles e através deles para um futuro melhor para todos.

Os tempos que vivemos, há quase 2 anos numa pandemia que nos atinge a todos de modos diferentes, têm sido uma oportunidade para testar e muscular a agilidade e resiliência. Hoje sinto-me uma pessoa melhor, mais completa e até mais feliz. Mudei muita coisa na minha vida nos últimos meses. Mudei de funções e assumi pela primeira vez uma função internacional. Senti que estava no momento de virar a página, que a minha equipa e a empresa em Portugal estava preparada para uma nova etapa e que uma nova liderança poderia fazer sentido e estimular um “novo normal”. Não tendo sido fácil abandonar a função que desempenhava com muita entrega e satisfação há mais de 8 anos como Diretora Geral em Portugal, também eu senti que me deveria desafiar para acrescentar valor noutras áreas da organização. Hoje sou responsável por liderar uma nova área à escala global na Novartis, gerindo uma equipa espalhada pelos vários cantos do mundo e tudo isto ainda de forma remota. O nosso propósito e ambição é melhorar a saúde global das populações normalmente negligenciadas em países menos desenvolvidos e tentar maximizar a equidade no acesso à saúde e aos melhores medicamentos.

**Sobre os novos modelos de trabalho, sou uma fã do modelo híbrido, onde as pessoas são empoderadas e responsabilizadas a escolher a forma de trabalhar alinhadas com a equipa e o coletivo. Para mim, a autonomia e a confiança são bases essenciais de motivação de pessoas que se movem por propósito e que estão capacitadas.**

Por um lado, a interação social e presencial é fundamental para a criação de laços mais fortes entre pessoas, para a geração de ideias muitas vezes que surgem das conversas não programadas e a felicidade é também dependente das relações interpessoais que feitas virtualmente me parecem mais difíceis. Por outro lado, a liberdade de trabalhar de qualquer sítio e a qualquer hora de acordo com o contexto pessoal e familiar de cada um traz equilíbrio e harmonia, se houver capacidade e disciplina para uma boa gestão do tempo dedicado ao trabalho “em casa”. O facto de viajarmos todos menos pode trazer mais produtividade e contribui para uma maior sustentabilidade ambiental. Este trabalho híbrido traz também desafios dos quais destacaria a equidade e a eficiência, mas que não considero maiores do que os desafios de trabalhar fechados em casa e muito menos quando olhamos para os problemas que a sociedade e o planeta de forma geral enfrentam a médio e longo prazo. É tudo uma questão de perspetiva e um tema que, a meu entender, necessita de uma discussão aberta com as equipas e parceiros envolvidos e onde a solução passa por ir testando diferentes modelos e aprendermos uns com os outros.

Um dos grandes desafios atualmente amplificado é a integração pessoal – profissional. Também aqui, para mim, o modelo que faz sentido é o ajustado a cada personalidade e família. Acima de tudo, se gostarmos do que fazemos e se sentirmos o nosso valor reconhecido vamos estar em maior sintonia com todos. Mas acima de tudo, o grande desafio é o equilíbrio intrapessoal. Temos de estar seguros e felizes com as escolhas que fazemos, estarmos focados no que real-

mente importa e vivermos em integridade com o que somos e defendemos. A autocompaixão é um enorme motor para nós e para os que de nós dependem.

Por fim, deixo alguns conselhos que me teriam sido úteis para mim quando era uma “jovem gestora”.

O primeiro é sobre a criação e fertilização de uma rede de contactos diversificada, dinâmica e generosa (networking). O relacionamento com outros que nos ensinam, desafiam e ajudam é um acelerador do nosso crescimento e da nossa capacidade de relacionar, inovar e influenciar. O segundo é o recurso ao mentoring, seja dentro das empresas ou fora, como forma de validar caminhos e desafiar pensamentos. Por fim, o saber dizer que não e fazer escolhas difíceis mesmo que com menos informação. Se é verdade que adoro dizer que sim a tudo e incluir todos na tomada de decisão, também aprendi que ao dizer que não também estou a reforçar a mensagem do que é importante, a gerir expectativas, prioridades e tempo, e a ajudar outros a fazer o mesmo.

**A vida, como a carreira, é feita de escolhas, de decisões e das experiências que daí advêm. As decisões permitem-nos seguir em frente. Um “não” dá-nos espaço para outros “sim”. É esta a base do mantra que criei para me ajudar no meu caminho mais recente: “Let(s) Go. Move On”. Deixar para trás e, juntos, seguir em frente. ■**





# HUGO PROTAZIO

Licenciado em Gestão de Recursos Humanos pela Escola Superior de Ciências Empresariais do IPS (Instituto Politécnico de Setúbal), complementou a sua formação académica com a realização do PARH (Programa Avançado de Recursos Humanos da Universidade Católica) e o Curso de Executivos Effective Leadership na Nova SBE. Com uma experiência de quase 20 anos na Gestão de Pessoas, com especial foco nas áreas de Desenvolvimento de Recursos Humanos (Gestão de Performance/ talento), foi Responsável de Recursos Humanos no Grupo Auchan durante 13 anos, tendo depois assumido a função de Head of HR da Vorwerk Portugal e, atualmente é HR Manager na L'Oréal Portugal onde assume a Liderança dos Recursos Humanos da Divisão de CPD (Consumer Products Division). É ainda docente na Universidade Europeia, na formação de Executivos nas áreas de Saúde e Well Being, na Pós-Graduação em Gestão de Pessoas, Equipas e Trabalho Remoto.

*HR MANAGER AND EXECUTIVE MANAGEMENT TRAINER*

***“Ser Feliz é Obrigatório.”***

Esta nova realidade “covidiana” (permitam-me que lhe chame assim) que vivemos há, sensivelmente, ano e meio, trouxe para a agenda de todos, Empresas e Equipas, temas como Work Life Balance, Saúde e Well Being. Para além destes temas, existe um outro que, na minha opinião, tem vindo a ganhar espaço para a merecida reflexão. Falo-vos da Felicidade. Ao longo da minha vida, principalmente ao longo da minha vida profissional, tenho aprendido que ser feliz é o segredo para ser resiliente, para ser produtivo, para ser objetivo e, acima de tudo, para ser “Eu próprio”.

O tema da Felicidade, seja no campo pessoal, seja no campo profissional, será sempre um tema alvo de enorme discussão, simplesmente porque Felicidade

é um conceito relativo. O que me faz feliz a mim, pode não ser o que faz feliz a equipa com quem trabalho, por exemplo. Com a experiência de vida, começamos a perceber o que efetivamente nos faz feliz, o que nos completa e o que nos preenche. No meu caso pessoal, a felicidade plena acontece quando efetivamente a mesma existe quer a nível pessoal, quer a nível profissional. Este equilíbrio é fundamental, e eu tenho percebido que, ao longo da minha vida, este equilíbrio tem sido melhorado, pela minha maior capacidade de relativizar as coisas e de dar a importância certa às mesmas.

Se no campo pessoal a felicidade é uma gestão muito individual, no campo profissional/organizacional são

vários os desafios que se colocam às Empresas, pois muito pode ser feito pelas mesmas para que cada um dos seus colaboradores se sinta feliz, completo e realizado. Para ter pessoas felizes nas Organizações, acredito ser importante que elas se sintam ouvidas, que se sintam como parte integrante de algo, e que tenham um propósito que as une de alguma forma. Para tal, é essencial existir uma cultura de feedback, uma comunicação empática, existir aquilo que eu costumo de chamar de uma cultura de “Empresa cuidadora” e ter sempre as Pessoas no centro de toda a estratégia. Assim teremos certamente Equipas mais resilientes, produtivas e engaged traduzindo-se esta forma de estar em mais e melhores resultados.

No entanto, apesar de considerar que as Organizações podem fazer muito pela nossa felicidade, nunca nos poderemos esquecer que somos nós os principais responsáveis pela busca da mesma. Há quem defen-

da inclusivamente que ser Feliz é a competência mais importante que podemos ter. A grande questão passa então por saber o que é a Felicidade e como saber se estamos/somos felizes.

Sendo a Felicidade um estado emocional em que prevalecem emoções positivas, ser, ou estar feliz, é acima de tudo, estar bem connosco próprios, fazermos aquilo que gostamos, estar com as pessoas que nos trazem boas energias, enfim, estarmos realizados com a Vida que temos. A Felicidade é um estado de espírito que nos traz muitas vezes o equilíbrio que precisamos permitindo-nos valorizar os bons momentos da nossa Vida e relativizar os menos bons.

Como dizia o nosso saudoso Raul Solnado... *“Façam o favor de ser Felizes”*. ■



Ao longo dos 5 anos de existência do Harpoon, constatámos que o Talent Management tem que ser reinventado. São vários os elementos que nos fizeram chegar a esta conclusão:

Estamos num mercado de pleno emprego para os Talentos: são cada vez mais solicitados, ficam menos tempo nas mesmas empresas, e têm expectativas diferentes das que tinham no passado.

A “VUCA-ização” do mundo, acelerada pelo Covid, transformou completamente os percursos profissionais e tornou obsoleta, definitivamente, a palavra “carreira”. Saímos de uma lógica “sky is the limit” para um conceito de “blue ocean” onde os talentos querem testar, experimentar, e encontrar propósito no que fazem.

Os Talentos nunca tiveram tanta necessidade de suporte, seja na tomada de decisão ou na clara definição do seu caminho de Upskilling e Reskilling, mas as Direção HR têm dificuldade de prestar esse acompanhamento personalizado. O facto de estarem presentes em várias frentes do negócio, para mais num contexto pandémico de constante avaliação e adaptação de processos, dificulta as estratégias de proximidade, fundamentais para que os Talentos se desenvolvam e não saiam das suas organizações.

Foi neste sentido que inovámos com a criação de um Marketplace de lógica Business-to-candidate, no qual os talentos fazem o Match perfeito com os melhores Coaches e Career Experts do mercado, acedendo a aconselhamento de topo de gestão de carreira e work-life management.

Pela primeira vez os Talentos podem indicar, com total transparência e descrição, que tipo de acompanhamento desejam e que condições procuram, se o foco é de âmbito nacional ou internacional, e serem imediatamente ligados com a pessoa ideal para atingirem esses objetivos.

Esta é uma abordagem que vimos desenvolvendo dentro do Harpoon, e que demos agora o passo de a digitalizar e torná-la acessível aos melhores dos melhores – sejam eles Talentos ou Career Experts. Assim, e à imagem do que existe no mundo artístico e desportivo, o Harpoon assume-se como Agente de Talento focado no desenvolvimento a longo prazo dos seus membros, ligando-os a Coaches de topo que os farão chegar ao próximo nível, num mundo complexo e de oportunidades ilimitadas.

**Inspiring  
beyond the  
recruitment  
world**

<https://harpoon.jobs>

 **Harpoon**





# JOANA SCHENKER

**Joana Schenker nasceu em outubro de 1987 na bonita Costa Vicentina, no Algarve. Os seus pais alemães, estabeleceram-se em Portugal com o objetivo de criar a sua família num ambiente natural e descontraído. A Joana apanhou a sua primeira onda de bodyboard aos 13 anos e desde esse dia que nunca mais parou. Os treinos começaram a fazer parte dos seus dias, entrou no mundo dos campeonatos muito nova e rapidamente se tornou um sucesso. Não se conformando com simplesmente ser “boa”, esforçou-se para ir melhorando a sua técnica desafiando os seus limites. Nos últimos anos, a atleta ganhou vários títulos nacionais e europeus, sendo considerada uma das atletas mais talentosas e elegantes no mundo. A Joana mora dentro e rodeada pelo mar. Sempre que não está a treinar na praia da sua cidade natal, Sagres, está a viajar para competições ou à procura de “free surf”.**

*ATLETA PROFISSIONAL DE BODYBOARD*

## **Qual o impacto da sua rede de contactos (networking) na evolução da sua Carreira?**

Acredito que o networking é sempre fundamental em qualquer área, no meu caso, sendo atleta profissional de um desporto de nicho, ter uma rede de contacto abrangente e diversificada é muito importante, é necessário apresentar o bodyboard a um público mais amplo e isso apenas se consegue saindo no mundo do desporto de ondas. Acredito que uma boa parte do meu sucesso no main stream vem exatamente do meu trabalho de networking.

## **Quais os momentos-chave que impulsionaram a sua Carreira?**

A conquista do título mundial de bodyboard em 2017 foi o grande momento. Foi o primeiro título mundial profissional de qualquer modalidade de surfing para Portugal, escreveu-me um pedaço de história no desporto luso e isso não passou despercebido. 2017 revelou-se no ano perfeito na minha carreira, pois ainda conquistei o título nacional e europeu também e fui capa da GQ Portugal. Toda esta conjuntura acabou por lançar a minha carreira para outro patamar.

## **Qual o impacto da pandemia no seu trabalho?**

A pandemia teve um impacto muito direto na minha carreira, pois com o cancelamento das competições internacionais em 2020, o meu trabalho acabou por

ficar “congelado”. Inicialmente isto deixou-me um pouco frustrada, mas na verdade também abriu outros caminhos, pois um atleta de bodyboard não treina apenas para competir, e acabei por me dedicar a outros projetos mais na vertente free surf e captação de imagens. Acho que obrigou muitos atletas a reinventarem-se, o que é bom. Não considero que o tempo de pandemia tenha sido tempo perdido. Tirei imensas lições valiosas.

**O que gostaria ainda de concretizar? Pessoal e/ou Profissional.**

A nível pessoal, sou uma eterna insatisfeita no que diz respeito à minha performance enquanto bodyboarder, sei que ainda tenho muito que evoluir. Essa busca incessante de fazer melhor e ir mais além nunca acaba. A nível profissional acho que ainda tenho muito que explorar, gostava de fazer projetos mais ligados ao mar e à sua conservação, algo ao que de certeza me dedicarei no futuro.



**Como equilibra trabalho-pessoal-família?**

Esta parte tem sido fácil, não tenho filhos e o meu companheiro de vida é também o meu treinador. Ele também é bodyboarder, portanto todo o nosso dia a dia gira à volta da praia e das ondas.

**4 conselhos práticos para jovens Desportistas, etc....**

- 1) Continuar sempre a expandir os nossos conhecimentos, diversificar as nossas capacidades para além do nosso desporto/ área.
- 2) Criar diversas formas de angariar fundos, é um lugar muito vulnerável enquanto atleta quando temos apenas uma fonte de rendimento.
- 3) Nuna esquecer de retribuir à comunidade, passar a nossa paixão aos mais novos, criar atividades que envolvem o nosso desporto, mas que também tragam valor aos outros.
- 4) Muita persistência ao longo do caminho, se realmente gostamos do que fazemos, desistir não é uma opção. ■

**SCHENKER****SCHOOL  
TOUR**OCEANO AZUL  
fundação

Oceanário de Lisboa



Uma amante da natureza e defensora dos Oceanos, tem um projeto com a Fundação Oceano Azul **“Schenker School Tour”** que leva a literacia do Oceano às escolas portuguesas, uma palestra que já conta com mais de 7000 alunos presentes. Organiza também, regularmente limpezas de praia em conjunto com a comunidade local. A Joana tenta ser um exemplo e inspirar outros a proteger animais, a natureza e a busca por uma vida saudável.



# PEDRO RODRIGUES

**Licenciou-se em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa onde foi docente de Finanças Públicas e Direito Fiscal.**

**É advogado, tendo colaborado com várias sociedades de advogados ao longo da sua carreira. Foi assessor do Secretário de Estado da Presidência do Conselho de Ministros do XV e do XVI Governos Constitucionais, Chefe de Gabinete do Ministro Adjunto e do Desenvolvimento Regional do XIX Governo Constitucional e Chefe de Gabinete do Secretário-Geral do Sistema de Informações da República Portuguesa.**

**Foi Presidente da Juventude Social Democrata, e fundou várias organizações das quais se destaca o Movimento Portugal Não Pode Esperar.**

**Exerce atualmente funções como Deputado na Assembleia da República, e é doutorado em Direito na Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa.**

*DEPUTADO NA ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA*

## QUAL CARREIRA?

Habituei-me a ouvir o meu avô, assim como o meu pai, falando orgulhosamente das suas carreiras. O primeiro nas Forças Armadas, o segundo na Administração Pública, partilhavam o mesmo entusiasmo e o mesmo compromisso de serviço público, que me foi sendo inculcado e que cresceu comigo, marcando-me profundamente e contribuindo para aquilo que hoje sou como homem e como profissional.

Mas, o que em comum eu, assim como a minha geração, não partilhei com o meu avô e com o meu pai, foi o sentido e o conceito de carreira. Ao longo da minha vida profissional, fui vivendo várias missões, vários projetos em múltiplas e pouco comuns áreas de atividade, mas nunca tive aquilo a que se possa apelidar

de uma carreira profissional.

Sempre fui procurando desafios e missões que me apaixonassem, me envolvessem e me cativassem. Talvez tenha sido esse entusiasmo de compromisso e devoção plena às missões que me preenchem, que me conduziu a áreas de atividade tão diferentes. Essa inquietude própria da minha geração foi-me obrigando a reinventar-me diversas vezes. Não conhecendo plenamente o dia que se segue e que desafios se cruzariam comigo ao fundo da próxima montanha, fui desenvolvendo a capacidade de me reinventar, de encontrar novas competências, e, sobretudo de nunca me conformar.

O modo apaixonado e intenso com que me entrego



às missões profissionais que em cada momento abraço colocam-me sempre o desafio da conciliação da vida profissional e pessoal. Tenho a consciência que não serei um bom exemplo nessa matéria. Apaixonado pelo que faço e alimentado pelos desafios que tenho tido a felicidade de desenvolver, não conheço horários, raramente se distinguem os fins de semana das quartas-feiras, e não raras vezes as férias se misturam com atividade profissional. Embora este seja o meu “equilíbrio”, tenho a consciência que a velocidade em que as empresas funcionam no mundo de hoje colocam tremendas dificuldades a quem entra no mercado de trabalho. A dificuldade de conciliação da vida pessoal e profissional, a ausência do direito a desligar, colocam às

famílias e aos jovens desafios terríveis com consequências no equilíbrio individual e familiar, assim como na sua saúde mental. Do mesmo modo, a inexistência do conceito de carreira conhecido pelos nossos avós e pais, trazem frequentemente uma insegurança, uma indefinição no futuro extraordinariamente angustiante. A vida profissional transformou-se tremendamente nos últimos 30 anos e certamente que durante a nossa vida ativa assistiremos a transformações profundas a este nível.

O que não pode mudar, sob pena de colocarmos em risco o nosso equilíbrio, é a paixão pelo que fazemos, a incessante busca da nossa própria realização e alegria de cada dia fazermos a diferença. ■

# BACK TO THE FUTURE: A ERA PÓS COVID-19



**SOFIA SEQUEIRA**

Head of Human Resources

Já podemos falar numa Era Pós-Covid-19? Em alguns países podemos e, em Portugal, com certeza. O regresso ao futuro traz novidades! Todos de volta ao trabalho presencial? Manutenção do Teletrabalho? Modelos Híbridos? Afinal em que é que ficamos?

Qual o modelo a adotar para garantir a produtividade e em simultâneo reter talentos?

1. Aceitemos que não existem modelos perfeitos. Adaptação e flexibilidade são chave no regresso ao futuro,

Avalie o seu tipo de negócio e quais as possibilidades de o trabalho ser realizado remotamente e/ou presencialmente. Faça um inquérito interno sobre as preferências dos colaboradores. Escolha a opção que se adapta ao seu negócio e às suas pessoas. Pode optar pelo retorno de todos, se considerar essencial, pela continuação do teletrabalho ou por um modelo híbrido.

2. Como colocar em prática um Modelo Híbrido?

Este tipo de modelo combina o trabalho presencial e o remoto, o que requer condições materiais (computadores portáteis, telemóveis, tablets, redes WiFi...) e a possibilidade de o trabalho ser realizado das duas formas. Assim sendo, pode verificar-se que certas funções têm maior amplitude para trabalhar remotamente, como as áreas de IT, outras terão de ter maior presença como os recursos humanos. É importante organizar horários flexíveis presenciais e remotos para garantir equidade entre colaboradores e, ao mesmo tempo, a entrega do trabalho.

3. Novas Regras: Comunicação e Transparência.

Uma vez decidido o modelo e os horários organizados, é fundamental comunicar de forma transparente as novas regras de funcionamento da empresa. Os colaboradores devem saber quantos e quais os dias em que trabalham presencialmente e remotamente. Se houver uma Flexible Desk Policy, as zonas de trabalho devem estar identificadas e as regras definidas e claras para todos.

4. Os Novos Espaços de Trabalho e a Retenção de Talentos.

Os locais de trabalho do futuro querem-se mais sociais e inteligentes. Zonas de convívio, lounges bem decorados, terraços, jardins cultivados pelos colaboradores, máquinas de vending que falam e memorizam as preferências dos utilizadores, aulas de meditação, pilates, entre outras, são algumas das opções das empresas que querem tornar os espaços de trabalho em espaços mais acolhedores, de socialização, fazendo o blending entre o trabalho, o convívio e o descanso, com o objetivo de atrair e reter os melhores talentos do mercado.

Conclusão, neste regresso ao futuro temos de tornar os locais de trabalho mais apelativos, criar um sentido de comunidade com os colaboradores para que se sintam bem-vindos e integrados. Por outro lado, se o tipo de trabalho o permitir, instituir formas de trabalho flexíveis, aceitar que o remoto veio para ficar e que as plataformas digitais de todas as áreas têm de evoluir para acomodarem esta nova realidade.



# RITA NABEIRO

Licenciada em Design de comunicação na Faculdade de Belas Artes da Univ. de Lisboa, é na indústria criativa que inicia a sua carreira profissional, trabalhando e complementando os estudos na sua passagem por Itália e Barcelona. De regresso a Portugal ingressou numa agência de design e publicidade, período após o qual decide abraçar o negócio familiar, começando pelo departamento de marketing da Delta Cafés.

Mais tarde, seduzida pelos aromas e sabores do vinho, cria a marca Adega Mayor dentro do Grupo Nabeiro. A paixão acabaria por dar lugar a uma relação duradoura, pois é atualmente, diretora geral deste projeto, acumulando o pelouro de comunicação interna do Grupo e a direção da revista corporativa DDD. Através do vinho, faz blends com as suas áreas de eleição: fotografia e viagens. Nelas cabem vários mundos e, sobretudo, as pessoas que se cruzaram no seu caminho desde 1980, ano em que nasceu, e que contribuiram para o que é hoje. Alguém que gosta de desafios e que quer mudar o mundo (para melhor), através das pessoas.

*CEO ADEGA MAYOR*

## **Qual o impacto da sua rede de contactos (networking) na evolução da sua Carreira/Marca?**

Por natureza considero-me uma pessoa comunicativa e sociável, nas diferentes dimensões da minha vida. A diversidade de conhecimento e conhecimentos interpessoais foi sempre algo que alimentei e que me tem ajudado a crescer e a aprender, bem como a alargar as minhas perspetivas acerca do mundo e das pessoas.

Uma (boa) rede de contactos pode revelar-se fundamental na troca de experiências e informações, potencializar oportunidades e inspirar novas ideias. Através da minha rede de contactos já tive a oportunidade de conhecer e conviver com pessoas inspira-

doras, que me fazem querer ir mais além e ser melhor naquilo que faço e na pessoa que sou. Esta rede de contactos foi sendo construída de forma natural e uso-a em função das necessidades e desafios que possam surgir, bem como me disponibilizo para fazer a ponte com terceiros, quando necessário. É importante fazê-lo de forma interessada e não interesseira, pois é assim que a vida se encarrega de intersectar as pessoas certas no nosso caminho.

## **O que valoriza na relação com a sua equipa?**

Acredito no trabalho de equipa e na partilha de conhecimento entre diferentes pessoas e áreas da empresa. Valorizo particularmente uma atitude positiva,

na celebração dos sucessos e na partilha dos erros como oportunidades de melhoria. Ao longo dos anos fomos criando uma cultura familiar e de proximidade entre os diferentes elementos onde o espírito de interajuda é crítico para estabelecer bem-estar entre todos. O estilo descontraído e próximo não invalida uma atitude exigente, rigorosa e proactiva no dia-a-dia, fundamental para gerar novas ideias e projetos.

#### **Quais os momentos-chave da sua Carreira/Marca?**

Destacaria como primeiro momento aquele em que decidi abraçar um desafio profissional noutra país, nomeadamente em Itália, numa agência de publici-

empresa familiar, inicialmente para a Delta e posteriormente assumindo funções na direção de marketing da Adegas Mayor, marca que ajudei a criar. Esta última foi a que me conduziu ao lugar que hoje ocupo na direção geral da empresa.

#### **Qual o impacto da pandemia na sua função e/ou equipa?**

Há muito que o teletrabalho é apontado como uma das grandes tendências futuras. Se as questões culturais atrasaram a implementação do teletrabalho, a pandemia acelerou-a e hoje é uma realidade à escala global.



dade e design. Foi a minha primeira experiência profissional a full-time num país diferente, uma língua diferente, ainda que com uma cultura próxima da portuguesa. Esta experiência fez-me crescer e alargar horizontes. Já regressada a Portugal, um dos momentos importantes foi o que marcou a minha entrada na

No caso particular da Adegas Mayor, estando a equipa dispersa geograficamente entre Lisboa e o Alentejo, já recorríamos a ferramentas de trabalho remoto, como a videoconferência, entre outros. Não obstante, uma parte significativa das pessoas manteve-se em funções presenciais devido ao facto de se tratar de

uma empresa de carácter agroindustrial. Mais do que nos afastar, a pandemia uniu-nos em torno de um objetivo comum e obrigou a focarmo-nos no essencial, a segurança das pessoas. Isso gerou confiança e reforçou o espírito de equipa, independentemente do sentimento de cansaço que a pandemia provocou em todos nós.

### **Considera manter o trabalho remoto a longo prazo?**

#### **Se sim, porquê.**

À medida em que caminhamos para o novo normal o teletrabalho manter-se-á, mas estou certa de que caminharemos para um sistema híbrido, onde os trabalhadores terão a possibilidade de escolher onde trabalhar num ou mais dias da semana. Esta flexibilidade ajudará a aumentar o equilíbrio na gestão da vida profissional e pessoal, o que por sua vez gerará maior satisfação, felicidade e conseqüentemente uma maior produtividade. A função dos escritórios modificar-se-á, a sua arquitetura também. Somos seres humanos, com necessidades de socialização. Passada a pandemia, ficarão novos hábitos. Os locais de trabalho passarão a reforçar os laços entre elementos da mesma equipa, serão locais de colaboração e criação, ao mesmo tempo que reforçarão o sentimento de pertença, o lado humano e a cultura da empresa.

### **Quais os desafios na gestão de equipas em contexto de trabalho remoto?**

Apesar das inúmeras vantagens do trabalho remoto, este também tem algumas armadilhas. Esta transição aconteceu de forma abrupta e forçada, modificando a forma como nos relacionamos e gerimos equipas. Foi importante criar clima de segurança e reforçar a confiança, dando liberdade e responsabilidade. Foi importante manter rotinas e respeitar alguns horários, sobretudo nos elementos da equipa que têm filhos pequenos. A ausência física também obrigou a um reforço da comunicação e interação com as diferentes partes interessadas. Para alguns dos que trabalharam a partir de casa, implicou uma partilha de espaço com a família, nem sempre nas melhores condições. Às res-



ponsabilidades profissionais acresceram as familiares – ser pais, professores, domésticos, cozinheiros, etc. As circunstâncias foram excepcionais pelo que exigiu tolerância, flexibilidade e empatia. A comunicação teve que sair reforçada em diversas frentes, seja no plano global, seja no individual. Privados do contacto direto, importa garantir uma maior e melhor organização do nosso tempo, de forma a que todos se possam sentir incluídos e estimulados a contribuir, gerando ideias e propondo soluções.

### **O que gostaria ainda de concretizar?**

Gostava de ver o projeto Adegas Mayor cada vez mais forte, não apenas a nível nacional, mas também internacional. Isso passa por sedimentar o negócio nos mercados onde já estamos, contribuir para a formação das nossas equipas e clientes, e também criar novos produtos que possam criar valor para o mercado.

Tenho ainda alguns projetos ligados ao grupo e outros projetos pessoais que gostava de desenvolver.

### 3 conselhos práticos para jovens Gestores:

Um primeiro conselho é saber escutar. Quando começamos podemos cair na arrogância de achar que sabemos tudo. Uma postura aberta e disponível para escutar as nossas equipas, os nossos clientes e o que se passa à nossa volta é crítico para garantir que a nossa empresa e nós próprios possamos evoluir. Esta postura contribui simultaneamente para o desenvolvimento de um espírito de equipa saudável no qual as pessoas se sentem confortáveis para criar, partilhar e crescer profissionalmente.

Outro aspeto é sermos uma esponja e ir buscar conhecimento dentro e fora da organização, estando

atentos às tendências. Ler e aprender é fundamental para o nosso crescimento. Arriscar e não ter medo de falhar também. Só fazendo é que se aprende. Uma boa comunicação é crítica para garantir o alinhamento interno e externo. Precisamos de manter uma boa comunicação com os nossos stakeholders e sobretudo com os nossas equipas, garantindo que cada elemento da nossa equipa se sinta parte do projeto, traçando objetivos claros e estimulando o seu crescimento dentro do coletivo.

Por fim, mostrar o caminho, dando sempre o exemplo pela positiva e mantendo o barco alinhado com a rota, mesmo no meio de tempestades. Para tal, revela-se importante partilhar os objetivos da empresa, a sua missão, a sua visão e os seus valores. ■





**Organizational  
Behavior**



**Coaching**



**Leadership  
Development**



**Workshops &  
Training**



**Speakers**

EMPOWERING LEADERS TO DARE



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



# CINDY BARARDO

**Comunicadora, networker e executora. Aos 42 anos conta com mais de duas décadas no mundo da Televisão. Luso-Americana, foi durante as longas viagens transatlânticas que em criança desenvolveu o gosto pela comunicação. Curiosa por natureza gosta tanto de contar como escutar histórias. Produziu programas, coordenou redações, entrevistou grandes nomes da música nacional e internacional. Vendeu novelas portuguesas pelo Mundo. Hoje, trocou os recintos de festivais e as estrelas do rock por empresas e CEO's. É no Atelier Impresa que desenvolve um trabalho de comunicação de vídeo personalizado, à medida das empresas, através de conteúdos originais e diferenciadores.**

*PRODUTORA EDITORIAL ESTÚDIO DIGITAL DO ATELIER IMPRESA*

## **Qual foi o principal obstáculo no seu início de Carreira?**

A mentalidade dos Portugueses. Achavam que eu era demasiado nova! A cultura Americana incute desde cedo o empreendedorismo. Em miúda vendia limonada, fazia vendas de garagem, jardinagem. Ajudou-me a desenvolver tantas aptidões! No primeiro contacto com o mundo profissional sabia bem a ligação entre trabalho, sucesso e dinheiro. Quando comei a trabalhar, não me passavam projetos de “grande responsabilidade”. Foi um desafio, ganhar a confiança dos seniores.

## **Quais os momentos-chave da sua carreira?**

Sempre quis fazer parte da família SIC e quando fui confrontada com um “não”, tornou-se a minha missão. Pedi estágio à BBC e lá fui para Londres. Trabalhei no programa BBC Watchdog com a Anne Robinson. Foi o meu passaporte para a SIC. Quando percebes que o trabalho dá frutos, torna-se uma disciplina. Até hoje!

## **Qual o impacto da pandemia na sua função e/ou equipa?**

A equipa à qual pertença é responsável pela produção de conteúdos de vídeo no Atelier Impresa. Fazemos 3 tipos de conteúdos de vídeo: publicidade, ins-

titucionais/corporativos e eventos. O nosso volume de trabalho disparou durante a pandemia. Os parceiros e empresas com quem trabalhamos viram-se impossibilitados de realizar os seus eventos presenciais e nós tínhamos a solução: 1 estúdio com cenário real, 1 estúdio chroma, uma equipa com know-how digital e tecnológico. Diria que hoje, cerca de 70% do nosso

em que cada um toca o seu instrumento para juntos compor uma melodia harmoniosa. Alinhados numa visão partilhada.

**Qual o impacto da sua rede de contactos (networking) na evolução da sua carreira?**

Tenho vários lemas mas há um que me ocorre diaria-

© RITA CARMO



trabalho são eventos digitais. Tem sido um privilégio aprender em primeira mão com as partilhas dos experts que gravam connosco.

**O que valoriza na relação com colegas e chefias?**

A confiança e o carácter. Não gosto nada da palavra chefe porque não acredito em hierarquias. Tenho a felicidade dos meus superiores serem líderes, que delegam, incentivam e orientam. O sucesso é um trabalho de equipa e a minha é uma autêntica orquestra,

mente no contacto com as pessoas “Your vibe attracts your tribe”. Procuo fazer-me rodear de pessoas que me desafiam, ensinam, guiam e inspiram. Também lhes estendo a mão. Nada me deixa mais feliz que ajudar o outro. Crescemos juntos.

**3 conselhos para jovens profissionais na sua área:**

Sou mentora no Instituto Politécnico de Setúbal. Digo-lhes sempre: Dream big, set a goal, take action! ■

# QUAL CARREIRA?



**PEDRO SOARES DE MELLO**  
Sales & Strategy Advisor

Fim de férias, a altura em que milhares de profissionais regressam ao seu trabalho, mas não só. É, igualmente, uma altura em que ocorrem muitas mudanças de empresa e que jovens, recém-graduados, ingressam no mercado de trabalho. Nem sempre, ou mesmo muitas vezes, não conseguem colocação na área em que se graduaram, estando dispostos a aceitar funções que lhes permitam ingressar no mercado de trabalho e, quem sabe, mais tarde conseguirem trabalhar na área que estudaram.

Muitos deles acabam por começar a vida profissional na função de vendedor. Função esta, que infelizmente não exige uma formação especializada para a desempenhar. O recrutamento, como já referido no artigo anterior, deve ser feito em função da estratégia e modelo de vendas que é utilizado. No entanto, nem sempre é esta a realidade que se encontra. Quando assim acontece, dificulta o desempenho dos recém-colaboradores, o que lhes pode causar desmotivação, falta de confiança e até desvalorizá-los no mercado de trabalho.

Esta é uma função muitas vezes subestimada, que por mito se pensa não ser necessária formação específica e, em que muitas vezes, a principal preocupação é ter recursos humanos baratos para a executar. No entanto, há competências essenciais para o seu desempenho com sucesso:

- Ter escuta ativa, técnica de comunicação que é vital para a criação de empatia e perceção das dores do cliente. Desta forma, é possível maior profundidade na construção da confiança emocional, tendencialmente mais importante que

a confiança racional. Para além disso, identifica-se, mais facilmente, a solução adequada para o cliente, o que gera maior valor para ambas as partes.

- A gestão de clientes implica capacidade de gerir recursos e planeamento (tempo, custos, oportunidades, etc) com eficácia. Ou seja, tem de saber identificar quais os clientes estratégicos, que sustentam o seu negócio, quais os clientes a desenvolver/conquistar, que serão responsáveis por parte do crescimento do seu negócio e os clientes que não devem fazer parte do seu negócio. Assim, consegue atribuir eficazmente os recursos da empresa de forma a gerar e maximizar rentabilidade.

- O vendedor tem de ter uma boa capacidade de análise de forma a identificar os fatores críticos de sucesso nos clientes que lhe estão atribuídos

- Analisar e gerir o portfolio de produtos, de forma a satisfazer as necessidades de cada cliente e os resultados financeiros da empresa

- Ter a consciência de que os resultados relevantes são os financeiros e não as vendas efetuadas

- Gerir os 4Ps do marketing adaptando-os às necessidades de cada cliente, sempre dentro da estratégia da empresa

- Gerir, de forma à criação de valor para todas as partes, a relação entre a empresa e o seu cliente.

Por fim, e a mais relevante, ter a capacidade de perceber que, na relação com o cliente, não é importante vender. É sim, importante ter uma relação em que se consiga agregar, genuinamente, valor a ambas as partes. Tal como um casamento, esta deve ser uma relação de entajuda em que ambas as partes trabalham para o sucesso do negócio.



# MÓNICA MARTÍNEZ JARDIM

Nascida em Lisboa, tem 45 anos e é filha de mãe espanhola e pai português.  
É Licenciada em Relações Internacionais, com uma Pós-Graduação em Apresentação de TV.  
O desporto é uma das suas grandes paixões. Desde pequena que pratica várias modalidades e faz parte do seu estilo de vida! Confessa ser “chocólatra por natureza”.

APRESENTADORA DE TELEVISÃO

**Lema diário:**  
**“Viver de forma positiva, ser fiel aos meus valores e ser FELIZ!”**

## **Qual o impacto da sua rede de contactos (networking) na evolução da sua Carreira?**

Num ambiente profissional, é muito comum encontrar diversas opiniões em relação ao networking. Há quem considere o networking como uma atitude falsa, enquanto outros entendem ser uma coisa natural nas relações atuais. Ao longo da nossa vida estamos a realizar ações que nos aproximam de diversas pessoas que até então, não conhecíamos, seja na escola, na faculdade, numa viagem, no trabalho ou com a família. Aliás, a maior parte do nosso tempo, é gasto a cultivar relações. Ao longo da minha carreira tenho convivido com pessoas inspiradoras, e tem sido uma oportunidade para aprimorar ideias e fazer crescer o

nosso potencial criativo, porque no networking ganham ambas as partes, já que há troca de informações, experiências e conhecimento.

## **Soube cedo que seria este o seu caminho? Alguma ref<sup>a</sup> que seguia?**

De todo! A minha formação é em Relações Internacionais e nunca pensei algum dia, trabalhar em televisão... O que é certo, é que surgiu a oportunidade através de uma Pós- Graduação em Apresentação de TV do Emídio Rangel. Quando terminei a PG, a Júlia Pinheiro chamou-me para um casting na TVI e fiquei. Hoje não troco a televisão por nada! É a minha paixão! Já lá vão 17 anos de entrevistas, reportagens, progra-

mas em direto, programas gravados, enfim, 17 anos cheios... E como se diz em linguagem televisiva, não mudaria um frame de segundo!

#### **Qual ou quais momentos-chave da sua Carreira?**

Todos tem um significado especial porque fazem parte do caminho do crescimento. É muito importante ser profundamente apaixonado pela profissão, ser genuíno e espontâneo sempre.

#### **Qual o impacto da família e amigos no seu caminho?**

Família e amigos são não só, um grande pilar na nossa formação enquanto indivíduos, mas são também fundamentais nas nossas vitórias ou fracassos. O papel da família vai além de ensinar o que é certo e errado, é formar-nos como indivíduos afetuosos, conscientes, tolerantes, pacientes, respeitosos, autoconfiantes e felizes. Enquanto que com os amigos, estabelecemos vínculos mais significativos e duradouros durante a vida. E em cada etapa da nossa jornada, os amigos têm um papel importante para o nosso desenvolvimento social.

#### **O que gostaria ainda de concretizar a nível pessoal e/ou profissional?**

Sou um pessoa irrequieta por natureza e não gosto de ficar estagnada. Sempre gostei de arriscar, sobretudo em áreas onde o nosso país é muito forte como o sector do turismo. Por isso, a nível pessoal decidi investir no Alentejo com um Alojamento Local e uma atividade marítimo-turística. Ambos projetos estão a ser desenvolvidos e em breve estarão a funcionar. A nível profissional, gostaria de abraçar novos desafios no entretenimento.

#### **O que mais gosta e menos gosta do que faz?**

Amo o que faço e só isso é um enorme privilégio. Quem trabalha em televisão, já está sujeito à exposição pública, ao mediatismo e se há coisa que me deixa muito feliz, é sentir o carinho das pessoas. É o melhor retorno que podemos ter do nosso trabalho mas quando chego a casa, gosto de estar com os meus e dedicar-me 100% a um mundo que só a mim me diz respeito e que muitas vezes temos tão pouco tempo para alimentar.



**Lema de vida:**  
**“A vida é de quem se atreve a viver!”**

**Como se adaptou à exposição nos Media e em especial nas Redes Sociais?**

Bastante bem até porque sempre fui uma pessoa discreta e reservada em relação à vida privada.

**4 conselhos práticos para jovens que gostariam de ter carreira na TV ou Media.**

- a) Um bom apresentador de TV deve ter um grande poder comunicativo e saber criar empatia com o público. Para isso precisa de ser uma pessoa segura, simpática, com boa dicção, eloquente, autêntico e credível.
- b) Um bom apresentador precisa criar uma conexão com o espectador. Tens de ser tu mesmo. Não se pode vestir uma personagem só para agradar ao público porque perde a naturalidade e não cria empatia.
- c) Também é muito fundamental ter uma boa relação com a equipa porque o apresentador não faz o programa sozinho. O trabalho mais importante é feito fora das câmaras.
- d) É essencial manter-se informado, sobretudo, com os temas da actualidade. ■





# DAVID MOTA

**Atualmente estou como Head of Sales da marca OLX Portugal que pertence ao OLX Group, e que inclui outras marcas como Standvirtual e Imovirtual. Comecei nas telecomunicações, na NOS, e durante 10 anos estive presente em diferentes projetos dentro da área de Serviço ao Cliente, na Gestão de Clientes Especiais. Ingressei na IKEA, no Customer Support Center, onde ajudei a desenvolver o atendimento remoto em diferentes canais e a implementar o serviço IKEA Business (focado em B2B) e desde outubro 2018 estou no OLX, focado em expandir a marca em Portugal.**

*HEAD OF SALES, OLX PORTUGAL*

## O REGRESSO DO MERCADO

Acho importante começar a escrever artigo de opinião com base na minha experiência nos últimos doze meses. Quem me acompanha no LinkedIn, sabe que o ano de 2021 começou com uma experiência bastante enriquecedora para mim enquanto ser humano: tive um burnout.

Ao lerem isto podem pensar “como assim enriquecedora?”, mas a verdade é que foi preciso bater no fundo da minha exaustão, para compreender o quão importante para mim, era a minha vida. Obviamente que no momento em que sofremos um burnout não nos apercebemos, mas simplesmente o facto de ter ganho consciência tornou-se fundamental para me conhecer melhor e entender o mundo à minha volta.

Os sinais vinham de há muito tempo: cansaço, irritação, impaciência, desgaste psicológico, falta de criatividade, síndrome do impostor, frustração, enfim. Poderia continuar aqui a descrever os diferentes sintomas que tive, mas o mais preocupante era que eu não procurava compreender o que se passa, pois desvalorizava sempre, e acreditava que algum descanso seria a solução. E a altura em que estão a ler este artigo, ou seja, setembro era para mim, a altura propícia para tirar as tais férias grandes. E sempre que voltava, os sentimentos de frustração, de irritação, de largar tudo para trás e ir sozinho, de empreender, etc, voltavam e davam-me a certeza de que o sítio onde eu estava não era o melhor lugar para estar. O tem-

po passa, os sinais continuam bem presentes, mas continuamos a ignorar. São apenas pensamentos da nossa cabeça e nada que umas férias, uns fins de semana longos, umas festas, etc, não resolvam. Mas não chega, infelizmente. Podem enganar-se durante muito tempo – anos inclusive, tal como eu – mas o dia chegará em que vão sentir que têm de parar, e espero que este texto seja o mote, para darem o primeiro passo na vossa mudança.

Comigo foi assim.

Sempre me considerei alguém muito resiliente (física e psicologicamente) e com alta performance, que dificilmente seria afetado por alguma coisa (reparem até onde a nossa prepotência nos leva) e que isso apenas acontecia aos outros. Até que começaram as discussões em casa, a falta de vontade de participar em momentos de família, a frustração de não fazer desporto ou de ler, as noites com três a quatro horas de sono, as taquicardias, o consumo do café a aumentar, até ao cúmulo de não ter paciência para brincar com a minha filha de três anos. E foi então que a minha vida mudou, em minutos, quando me apercebi que, fosse por egoísmo ou por medo, o facto de não procurar ajuda estava a prejudicar todos à minha volta. Pode-se dizer que foi a minha filha que me instigou a compreender o que se passava comigo, e me foi diagnosticado o tal famoso burnout.

Surgiu a negação, o medo, o receio do julgamento dos outros, até que me apercebi que estava na hora de mudar o meu mindset; para voltar a ser quem eu era e que, tal como em qualquer outra patologia, espírito e mente têm de ser cuidados de uma forma muito especial. Estive dois meses e meio, cerca de oito semanas, de baixa, e percebi que o cérebro de quem trabalha em alta rotação apenas ao fim da sexta semana se desconecta do trabalho. Quando falo desconectar não me refiro ao telemóvel ou ao portátil. É mesmo o cérebro e os pensamentos: “grande ideia para implementar” ou “lembrei agora que não mandei o email para X” ou “como será que está aquele negócio”, entre tantas outras cogitações que nos passam pela cabeça. Só ao fim da sexta semana é que não tive qual-

quer pensamento relacionado com o trabalho e isso fez-me compreender a importância da regulação do nosso cérebro, como forma de regenerar energias para mantermo-nos saudáveis.

Se consideram que duas ou três semanas vos vão ajudar a desconectar, digo-vos que comigo não funcionou. E se me disserem que não pensam em algo relacionado ao trabalho, confesso que vos admiro, pois nunca encontrei a fórmula certa para isso. Encontrei depois do burnout, formas de controlar os pensamentos, não de os evitar.

Depois deste período, procurei alternativas naturais e não naturais, para me recompor e para voltar ao normal funcionamento da minha pessoa, e percebi que sem ajuda, não conseguimos. Vão enganar-se tantas vezes como eu me enganei, acreditando que se mudarem de emprego as coisas se resolvem, ou se mudarem de projeto a motivação será outra, ou se isto ou aquilo, se, se... Os “e se” passam a fazer parte da vossa vida, até que procurem a ajuda necessária.

Partilho convosco que hoje em dia, com acompanhamento médico, sinto-me como nunca antes me senti. Uma pessoa muito mais estável, emocional e psicologicamente capaz de aguentar pressões que antes não conseguia. E isso fez-me voltar ao mercado mais forte e confiante, e sinto a obrigação, quase que moral, de incentivar todos à minha volta, a pensar um pouco nas suas vidas e saúde para que possam refletir, tal como eu, se realmente estão a prestar a devida atenção aos vossos sinais.

Neste regresso ao mercado, tornem a saúde mental uma das vossas prioridades (assim como aqueles que vos rodeiam), especialmente devido ao impacto da pandemia e da pressão a que todos fomos submetidos por trabalhar em casa, e não acreditem que as férias ou fins de semana grandes que se avizinham irão resolver alguma coisa. Apenas estão a protelar uma resolução.

Bom regresso ao trabalho e seguimos juntos nesta luta. ■

# GERIR O REGRESSO AO MERCADO



**MAFALDA ALMEIDA**  
Executive & Life Coach

Setembro chegou! Para uns pode ser uma boa notícia, para outros nem por isso.

Falemos primeiro daquelas pessoas e empresas que veem o “copo meio cheio” quando chegamos a setembro. O facto é que o mês de setembro é ótimo para quem desenvolveu uma atitude de proatividade à qual gosto de chamar de “semear”. Colhemos o que semeamos, e o facto é que setembro é um excelente mês para colher, tanto para empresas como para candidatos e/ou colaboradores.

Aqueles profissionais que não esqueceram de trabalhar, melhorar, desenvolver a sua marca pessoal e profissional (mesmo nos meses mais “parados” de Verão) com certeza que conseguirão ser lembrados, valorizados, e visíveis de uma forma que melhor os ajude a chegar onde desejam, no âmbito profissional. Estes profissionais desenvolveram uma atitude de consistência e coerência no âmbito da comunicação e do networking que os vai ajudar a ficar no chamado “top of mind” dos recrutadores, de outras empresas, e até da empresa onde já se encontram a colaborar.

Cabe às empresas valorizar esta proatividade e esta atitude dos seus colaboradores, ou de possíveis futuros colaboradores. Como eu costumo dizer: A atitude vale mais do que o know-how técnico, e as soft skills são de facto cada vez mais importantes.

Depois, vem o outro lado da moeda: o das empresas e candidatos / colaboradores que olham para setembro como uma representação do “copo meio vazio”. Mais uma vez, a atitude marca sempre a diferença perante os desafios (que

maioritariamente se encontram só na nossa mente, ou na cultura da empresa, que pode ser alterada com a atitude global certa).

Aquelas pessoas e empresas que param tudo só porque é Verão, estão a perder capacidade competitiva a cada dia que passa. Cada dia de um Verão “parado” é um dia em que alguma empresa ou profissional mais criativo vai com certeza encontrar forma de reinventar uma área de negócio ou de se reinventar a si mesmo, nem que seja através da aprendizagem e desenvolvimento de alguma soft skill. E depois? Depois ficamos a ver “a banda a passar”, como se diz. Ou, por outras palavras: ficamos a ver outros profissionais e empresas a chegarem onde gostaríamos de ter chegado, só porque interpretaram o Verão e o mês de setembro como épocas de enorme oportunidade. Pense nisto, e não volte a cair no mesmo erro, se foi esse o seu caso.

Como gerir esta dinâmica que surge em setembro? Tanto candidatos / colaboradores, como as empresas devem afinar a sua capacidade de prestar atenção ao que realmente interessa: atitude, energia, vontade de fazer acontecer e vontade de crescer. Estarmos atentos às crenças e princípios orientadores de cada um é fundamental, dado que essas crenças e princípios conduzirão a resultados. É a chamada “profecia autorrealizada”, em desenvolvimento pessoal.

Pergunta final, em jeito de reflexão: será que semeámos o suficiente para podermos colher os frutos em época de regresso?



# MÁRCIA CARNEIRO

**Natural da muy nobre cidade Invicta, licenciada em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade Católica, com pós-graduação em Retail Management pelo INDEG/ISCTE, adquiriu uma vasta experiência em Marketing & Vendas em diferentes e desafiantes mercados como os da indústria tabaqueira, da cosmética seletiva, do desporto e da tecnologia. Movida pelo coração e pelo desafio, mudou-se de armas e bagagens para a cidade de Milão, onde viveu e trabalhou durante 5 anos, num dos maiores grupos de comunicação e publicidade na Europa, e onde liderou projetos globais para marcas internacionais como Philip Morris, Heineken e Coca-Cola, tendo participado no projecto que ganhou um Leão de Bronze no Festival Internacional de Cannes. “Magic happens outside of your comfort zone”, é um dos seus motes de vida.**

*HEAD OF SALES PORTUGAL, COTY BEAUTY S.A.*

Durante uma das muitas reuniões de vendas da minha carreira, um líder com quem tive o privilégio de trabalhar disse “5% do resultado é fruto do trabalho, os outros 95% são relação”. Os números são realidades claras e objetivas que facilmente espelham um facto, de tal forma que nos colocam a pensar. Foi o que me aconteceu nessa reunião. Considero-me uma pessoa de trabalho. Venho de uma família simples, do Norte, que sempre me ensinou que o empenho, a humildade e o trabalho são valores fundamentais para se ser alguém na vida. Mas com as várias experiências que fui acumulando nos já 20 anos de carreira, aprendi que o trabalho é importante e tem de existir, mas as pessoas, e as relações que com elas construímos

vão ajudar a criar projetos mais sólidos, a concretizar objetivos mais ambiciosos e a obter resultados mais duradouros.

Desenvolvi a minha carreira em Marketing & Vendas, em indústrias muito diversificadas, em ambientes bastante competitivos e internacionais. E se há coisa da qual me orgulho é precisamente por onde comecei: nas vendas, porta-a-porta, sem GPS e com uma carteira de cerca 400 clientes. Foram tempos duros, mas que me deram os alicerces para a posição que hoje ocupo, entre as quais o poder do networking, aliás, o poder do net(care)working. Construir uma rede de contactos nos nossos dias, não é tarefa difícil. Vejamos o que acontece com o LinkedIn. Quantos pedidos

de conexões recebemos semanalmente? Quantos de nós temos +500 contactos na rede? Mas quantos desses contactos conseguimos activar que nos possam permitir um resultado efetivo? A percentagem iria ser diminuta. E porquê? Porque não basta ter uma rede de contactos ampla, é necessário cuidá-la, alimentá-la, dar do nosso tempo. E tempo, é aquele bem precioso que cada vez mais é mais escasso e que, como tal, aplicamos no que nos parece ser o mais eficaz – o trabalho – mas que na realidade pode não ser o mais eficiente. A esse respeito, tenho um par de momentos que se passaram na minha vida que gostaria de partilhar.

Há muitos anos atrás, num dos clientes que geria, a posição das marcas da empresa era a mais baixa do mercado e a localização das mesmas era péssima. Com o tempo percebi que a relação com o cliente não era a mais próxima. A estratégia foi clara: cultivar a relação com o cliente com maior presença, ampliando a relação com outros departamentos, para conhecer as verdadeiras necessidades do cliente de forma a criar



um parceria win-win para ambos. Em apenas 2 anos, o resultado foi extraordinário: as marcas subiram para top 3 e ganharam a melhor localização dentro de loja. Até aos dias de hoje, a relação com o cliente mantém-se mesmo fora do espectro profissional.

Em 2014, a minha família mudou-se para Milão e pela primeira vez na minha vida estava a viver num novo país e sem qualquer oportunidade de trabalho em vista. O trabalho de pesquisa foi redobrado dado o desconhecimento de mercado. A estratégia era clara: em primeiro lugar aprender a língua local (para facilitar a integração e comunicação com os locais, quebrando assim a barreira de ser expatriada) e em segundo, conhecer o maior número de pessoas possível. Para tal, frequentei varios grupos diferentes desde Toastmaster a PWN Milao, aperitivos profissionais, grupos de dança, etc., mas não esqueci a minha rede portuguesa, e através dela consegui colocar o meu C.V. em algumas empresas e consegui algumas entrevistas com Head Hunters locais. Em menos de 4 meses, consegui assinar um contrato de trabalho em Itália que me permitiu enriquecer a minha experiência na área do marketing e comunicação.

Sou uma pessoa de trabalho, mas fruto da minha profissão, também sou orientada para as pessoas (equipas, peers, clientes) sendo uma das qualidades que mais se distingue em mim, já que invisto tempo em cuidar, em nutrir e em ampliar relações. A pandemia foi (e ainda está a ser) um momento difícil para todos, especialmente para aquelas pessoas que, como eu, se foca nas relações e precisa das pessoas para concretizar os resultados. Daí ter tido que me auxiliar da veia criativa e promover cafés virtuais, telefonemas de partilha de projetos e aumentar os comentários a publicações em várias redes profissionais, de forma a manter vivas as relações.

Para aqueles que estão a começar as suas carreiras tenho 3 conselhos: sair da zona de conforto para aprender, se desenvolver e crescer; ser flexível para que se possa adaptar a novas situações e mudanças rápidas; e investir nas suas relações.

**Life is better with people! ■**



Câmara de Comércio Luso-Britânica, fundada em 1911, é uma organização independente, com fins não-lucrativos, que tem como objectivo a promoção dos interesses dos seus associados relativamente às relações comerciais entre o Reino Unido e Portugal.

Este objectivo é atingido essencialmente através do programa de eventos de networking e dos diversos serviços de apoio que disponibilizam aos seus membros e parceiros.

A Câmara de Comércio Luso-Britânica é uma organização gerida por profissionais sediados nos escritórios em Lisboa, mas igualmente com representantes locais no Norte e no Algarve.



**Chris Barton**  
CEO & Portugal Secretary  
[www.bpcc.pt](http://www.bpcc.pt)  
[c.barton@bpcc.pt](mailto:c.barton@bpcc.pt)



**100 YEARS** ANOS | British-Portuguese Chamber of Commerce  
Câmara de Comércio Luso-Britânica



# NÁDIA LEITÃO

**Nádia Leitão, nascida em Lisboa em 1980, tem mais de 16 anos de experiência em contextos nacional e internacional, em ensino superior, licenciada em sociologia pelo ISCTE, com especialização em recursos humanos pelo CIDECE e pós-graduada em “serviço social”. O seu trajeto profissional foi desenvolvido nas áreas de desenvolvimento de carreiras, aconselhamento individual, capacitação de carreiras e relações corporativas e serviços ao estudante, enquanto diretora de student experience, com foco nas áreas de serviços académicos, mobilidade internacional e tesouraria. Trabalhou nas seguintes instituições de ensino superior: ISCTE, ISCTE Executive Education, The Lisbon MBA, Laureate International Universities (Universidade Europeia, IADE, IPAM Lisboa e IPAM Porto) atualmente desenvolve a sua atividade como Head of Special Projects and Alumni Relations do ISCTE Executive Education.**

*HEAD OF SPECIAL PROJECTS AND ALUMNI RELATIONS, ISCTE EXECUTIVE EDUCATION*

A Carreira é definida por Arthur & Lawrence, no Handbook of career theory como “the evolving sequence of a person’s work experiences over time.”

Acredito que não se confina a uma sequência de experiências profissionais que vamos tendo, mas sim a uma forma integrante da nossa vida que temos a possibilidade de desenvolver e potenciar, e, portanto, a necessidade de gerir. Sendo claramente afetada por diversos fatores pessoais, como a nossa atitude, os nossos valores, as nossas ambições e desejos ao longo da vida, bem como os fatores externos que nos rodeiam, oportunidades que surgem, contextos pessoais, económicos e sociais, entre outros.

Face a isto, as questões que se colocam são:

Quando devemos gerenciar a nossa carreira e como poderemos fazer essa gestão?

A primeira resposta é simples, é sempre, e, desde sempre. Mesmo que inicialmente possa parecer/ ser inconsciente ou se baseie nas pessoas das quais dependemos diretamente (os nossos pais / educadores), através da nossa educação, formação pessoal e desenvolvimento dos nossos valores.

Posteriormente, julgo que assente em 3 pilares: planeamento, desenvolvimento e ambição.

- Planear as nossas atividades e compromissos nos projetos profissionais que assumimos para nossa realização, crescimento e estabilidade financeira. Num processo de compreensão de nós mesmos que en-

global a consciência ocupacional.

- Desenvolver as nossas competências através de aprendizagem contínua, para estarmos preparados e atualizados para os desafios que vão surgindo. Esta aprendizagem poderá ser efetuada de diversas formas, entre as quais:

- Formação contínua (pós-graduações, mestrado, especializações, programas de curta duração, programas de línguas, ...);

- Formação on the job (aprendizagem no dia-a-dia com a equipa de trabalho, formações facultadas pela organização,...)

- Procurar um mentor, que nos incite e através do qual podemos tirar dúvidas sobre alguns dos passos que queremos dar, e que permite termos feedback das ações que vamos tomando. Algumas empresas incentivam este tipo de desenvolvimento relacional através de mentoring ou apadrinhamento de uns colaboradores por outros. Mas se não for o seu caso, procure alguém com que se identifique com que se tenha cruzado ao longo da vida e que aceite assumir esse papel.

- Procurar praticar desporto e de atividades que potenciem a nossa criatividade, através da arte por exemplo. Ambas ajudam na nossa gestão emocional e no tão falado work-life balance, estimulam outras competências e promovem contactos com pessoas diferenciadas, mas acima de tudo promovem o nosso bem-estar físico.

- Estimular a curiosidade e aumentar o conhecimento pelo que nos rodeia, ler muito, procurar estar atualizado com jornais e revistas da atualidade e de temáticas que nos interessem, ouvir podcasts, visitas culturais e passeios pela natureza.

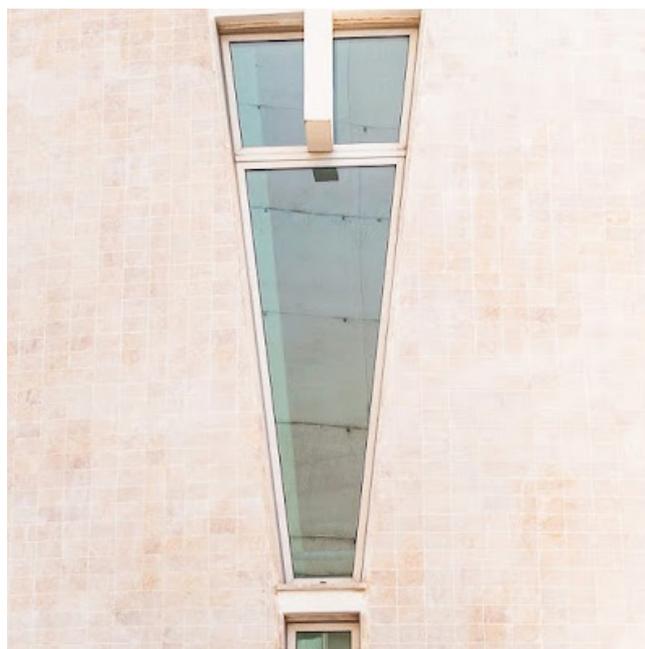
- Ambicionar sermos sempre uma melhor versão do que eramos ontem. Não nos conformarmos, sermos curiosos, humildes na aprendizagem, gratos na partilha e procurar sempre acrescentar valor nos projetos por onde passamos.

Se é a primeira vez que pensa na sua carreira, e o que pode fazer de diferente e acima de tudo para alcançar os objetivos a que se propõe ou que almeja alcançar.

Pense e escreva o que gostaria de fazer, o que gostaria de aprender, o que falta concretizar, e que diferentes caminhos poderá tomar. Como acrescentar mais valor à organização onde se encontra? como pode mudar de área? como pode contribuir para a comunidade onde está inserido? Como se pode desenvolver? Quais as competências que necessita desenvolver? Quais as competências ou características mais fortes que permitem ser diferente? Quais as suas aspirações?

Ao escrever está a iniciar um plano, e mais facilmente poderá concretizar, passa a conhecer melhor as suas aptidões e aspirações futuras. E habitue-se a pensar nisto quase diariamente.

A carreira é parte integrante da sua vida, e a sua vida está interligada profundamente com a sua carreira. O seu desenvolvimento nos diferentes vértices referidos acima, vai permitir ser um profissional consciente e cada vez mais completo, mas acima de tudo um ser humano mais capaz e ciente da mudança que poderá promover, contribuindo para a sua comunidade em particular e a sociedade num todo. ■



**INDEG-ISCTE**  
Executive Education





O projeto "Amicis Gin" nasceu em 2016, fruto da conjugação de saberes e experiências do seu criador Paulo Pereira. A sua receita integra 14 ingredientes botânicos, o que torna numa bebida única e singular. «Criei este produto inspirado nos aromas e sabores que estão presentes na minha memória e que, por isso, são indissociáveis da minha vivência e das minhas raízes. O "Amicis" é destilado e aromatizado a partir de ingredientes botânicos, encontrados espontaneamente na natureza e alguns endógenos da região centro de Portugal», explica o mentor do novo produto, Paulo Pereira.

Este projeto empreendedor foi apresentado na 2ª temporada do programa televisivo "Shark Tank", na SIC, no qual o empresário Marco Galinha apostou, com um investimento de 20 mil euros, para concretizar a ideia. Fabricado na zona centro do país, o "Amicis" nasceu das experiências de Paulo Pereira, no seio do contexto formativo da área da hotelaria, em que leciona. "Fui fazendo algumas experiências ligadas ao gin e degustações com pessoas de gostos e idades diferentes e senti alguma receptividade relativamente ao que ia apresentando». Controu com o apoio de Miguel Gonçalves, business angel. Os 14 botânicos naturais da região centro dão a este gin premium um sabor único e genuíno, onde se encontra o toque floral da carqueja e alfazema, os citrinos do Mondego, bem como o limão e a laranja, a frescura do eucalipto e da erva de Santa Maria, a doçura do mel floral do açor.

O Amicis tem vindo a afirmar-se como um gin de gama Premium, reforçando a sua presença nos supermercados El Corte Inglés, Jumbo, Sonae e no canal Horeca, através do nosso distribuidor Solbel. Pode, ainda, chegar a qualquer consumidor que queira comprovar a sua excepcionalidade através da loja online:

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





# PAULA PERFEITO

*FUNDADORA E GESTORA DO ENTRE | VISTAS*

## ENTRE | VISTAS: HÁ 7 ANOS A FAZER PERGUNTAS

A plataforma digital de comunicação e divulgação cultural Entre | Vistas comemora, neste 2021, 7 anos. Se de uma criança se tratasse, diríamos: «Já sabe ler e escrever e até faz umas contas». Nasceu, aliás, no ano da sua fundação, o meu primeiro filho, que já lê e escreve, é certo. E conta. Números e histórias. Entre as (muitas) estórias que lhe povoam a imaginação e a memória. E é assim que gosto de olhar para o Entre | Vistas. Com imaginação. Com memória. Com sentido. Foi desenhado de raiz ao longo de 2014 e lançado em novembro desse ano, com o propósito de criar uma comunidade em torno da comunicação e da cultura e assente em três ideias fundadoras: 1) um compromisso maior, fora do âmbito profissional e num exercício

de cidadania cultural, com uma escrita mais livre, criativa, desempoeirada; 2) uma vontade de escutar e dar voz, pela pergunta, a personalidades líderes, desassossegadas, inquietantes, inquietadas, com valor e valores, para a construção de um mosaico de saberes humanistas; 3) e uma resposta ativa e consciente a um líder inquestionável, o Papa Francisco, que incita desde a primeira hora do seu pontificado à promoção de uma presença obrigatória e responsável no Digital, veículo que considera ser – sim, é isso mesmo – um «dom de Deus».

Em sete anos, e em sete categorias, foram publicadas centenas de conteúdos para a divulgação de livros, destinos, eventos e em parceria projetos culturais icó-

nicos, como o Bode Inspiratório, e mais de 60 entrevistas para a partilha, numa iniciativa de role model, de modos de ver de pessoas com histórias de vida, trajetos profissionais e domínio de disciplinas que representem uma oportunidade para a consolidação de valores, o debate de ideias e a hierarquia de conhecimentos. A literatura, a arquitetura, as artes plásticas, a matemática, a ciência política, a engenharia, o design, a edição, a comunicação, a música, a história da arte, a fotografia, a fé, a tradução, a poesia, o humor, a moda, o desporto e a gestão empresarial são as principais matérias abordadas.

Livros de autores clássicos e contemporâneos, de dezenas de geografias, de todos os géneros, da Eneida, de Virgílio, à Rosa Montero, com *A Louca da Casa*, dos *Laços de Família*, de Clarice Lispector, a Gustave Flaubert, com os seus *Três Contos*, da Biblioteca Pessoal, de Jorge Luis Borges, a *Mrs Dalloway*, de Virginia

Woolf. E os nossos talentos literários, como José Luís Peixoto, Ana Margarida de Carvalho, Afonso Cruz ou Adília Lopes. Tantos. Os grandes museus, de dentro e de fora. As exposições. Os palcos do teatro e outras encenações em que os olhos se demoram e ficam, carregados de assombro e de espanto indescritível, contrariando o tempo que nos calhou em vida, de olhares breves e de atos de uma comunicação que nem sempre escuta.

O Entre | Vistas consiste nas perguntas que somos e parte do entendimento, na linha de José Tolentino Mendonça, de que é na pergunta, mais do que na resposta, que estamos mais perto do sentido das coisas. E das coisas com sentido. ■

[www.entre-vistas.pt](http://www.entre-vistas.pt)







# PAULO MOREIRA

**Paulo Moreira é CEO da empresa EQ-TRAINING LDA, empresa líder nacional na prestação de serviços e formações na área da Inteligência Emocional em Portugal, contando com clientes particulares e institucionais de vários setores de atividade e fundador da marca Treino Inteligência Emocional®. É formado em Psicologia pela Faculdade de Psicologia da Universidade de Lisboa e autor do best-seller “INTELIGÊNCIA EMOCIONAL – uma abordagem prática”. No seu curriculum conta com especializações nas maiores correntes mundiais da Inteligência Emocional. É orador e palestrante convidado em inúmeras palestras e congressos, prestando também serviços formativos em várias Universidades de Portugal.**

*CEO, EQ-TRAINING LDA.*

## A IMPORTÂNCIA DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO NETWORKING

Antes de sermos seres racionais, somos seres emocionais. Todos nós temos a tendência de escolher o mesmo barbeiro ou cabeleireira, o mesmo mediador imobiliário, o mesmo gestor, porque criamos uma relação de confiança. De certeza que existirão outras pessoas tão ou mais qualificadas, mais eficientes e menos dispendiosas. Mas é aquela pessoa que escolhemos. O mais lógico seria escolhermos sempre a melhor relação custo-benefício, mas não é isso que acontece. O networking tem como base esta relação e tem sido algo importante ao longo do meu caminho. Mas é preciso ter cuidado quando queremos fazer networking, pois por vezes a vontade de criar relações comerciais rapidamente sobrepõe-se ao entendi-

mento do funcionamento humano e os eventos de networking transformam-se numa selva em que o rei é aquele que entrega mais cartões de visita no fim. E isso não é networking, é ansiedade e foco no ego.

A Inteligência Emocional, área que é a minha paixão e negócio, é determinante para conseguirmos desenvolver um bom networking. E como?

Existem quatro grandes pilares que suportam a Inteligência Emocional: Autoconsciência, Autocontrolo, Consciência Social e Relacionamentos Interpessoais. Vamos ver a sua importância para o networking.

A autoconsciência consiste em detetar as nossas emoções, pensamentos e comportamentos. Quando estamos numa interação com outra pessoa, como é

que nos sentimos? Ansiosos e apenas queremos falar? Interessados e queremos ouvir mais a pessoa? Estamos a ser empáticos e a colocar questões? Ou estamos a ser dominantes e não deixamos a outra pessoa falar?

O autocontrolo entra em cena depois desta avaliação. Vamos supor que estamos ansiosos e a transmitir essa ansiedade na forma como comunicamos. Então, podemos respirar fundo, colocar uma questão aberta e deixar a outra pessoa falar.

A consciência social prende-se com a capacidade de ler as outras pessoas e o meio. Quantos de nós não es-

tivemos já numa interação social onde, literalmente, demos um passo para trás porque a outra parte estava muito perto de nós, a invadir o nosso espaço pessoal? Isso fez-nos querer continuar a conversa? Nem por isso. Se estivermos cegos nas pistas comportamentais, não vamos conseguir estabelecer relações fortes. E, por fim, os relacionamentos interpessoais, que integram a capacidade de criar relações positivas e duradouras. Sermos bons ouvintes, mostrar interesse, colocar boas questões, demonstrar empatia e sermos confiantes, são determinantes para que isso aconteça. ■





# EUGÉNIO CAMPOS®

JEWELS



## **EUGÉNIO CAMPOS JEWELS REÚNE AMIGOS DA MARCA E CELEBRA O 1º ANIVERSÁRIO DA BOUTIQUE NA AVENIDA DA LIBERDADE**

Num dia de celebrações e reencontros, a Eugénio Campos Jewels festejou no dia 15 de setembro, o primeiro aniversário da Boutique da marca na Avenida da Liberdade.

Depois de inaugurar, em 2020, a primeira loja em Lisboa com uma localização privilegiada, a Eugénio Campos Jewels aproveitou o primeiro aniversário do espaço para o apresentar a todos aqueles que a acompanham. Eugénio Campos, joalheiro e fundador da Eugénio Campos Jewels vê o celebrar deste 1º aniversário como um "recomeçar da atividade, um regresso à normalidade que dará continuidade ao projeto e à estratégia interna e externa da marca". Entre jornalistas, influenciadores digitais e figuras públicas, o número 138A da ilustre Avenida da Liberdade encheu-se de cor e música numa celebração intimista.

Setembro foi um mês de festa para a Eugénio Campos Jewels. Para além do 1º ano da Boutique na Avenida da Liberdade, a marca celebrou também o 4º aniversário da Boutique da Rua das Flores, no Porto. Numa tarde de proximidade, conversa e reencontros as embaixadoras da marca, Sónia Araújo e Diana Pereira e também a apresentadora Carla Ascensão, juntaram-se a alguns outros nomes ligados à Eugénio Campos e celebraram mais uma conquista da marca.



# RAQUEL MACHADO

**Licenciada em Psicologia pelo ISPA (2004), Pós-graduada pela Faculdade de Medicina de Lisboa (2017), Certificada em Programação Neurolinguística pelo Instituto Richard Bandler em Londres (2015), estudante do Mestrado Ciências das Emoções no ISCTE, com natureza e necessidade de aprendizagem, autodescoberta e atualização permanentes.**

**Com 17 anos de experiência nas áreas de desenvolvimento pessoal, de equipas, líderes e organizações, tendo colaborado em diversos setores de atividade como telecomunicações, retalho, banca, saúde, e-commerce, energia, automóvel, serviços e entidades públicas, quer a nível nacional como internacional (Europa, EUA, Ásia e África).**

**Criadora de processos de desenvolvimento na área da Liderança, Coaching e Empowerment de Equipas, processos de Onboarding e formação contínua nas mais diversas áreas, com atual enfoque na diversidade e inclusão, bem como wellbeing.**

**Fundadora do Employee Assistance Project que visa dar apoio psicológico e fomentar a saúde emocional e mental de colaboradores em organizações, tornando as empresas em melhores locais para trabalhar.**

*GLOBAL PEOPLE TEAM, FARFETCH  
PSYCHOLOGIST AND SENIOR PEOPLE DEVELOPMENT SPECIALIST*

Falar de carreira requer revisitarmos a visão que herdamos sobre a noção de sucesso, valor e expertise. A noção de permanência durante 15 ou 20 anos numa mesma empresa como sinal de profissionalismo e competência mudou substancialmente.

Atualmente é necessário pensar na nossa carreira, não de forma definida pela ascensão e progressão na escada corporativa, mas sim de uma forma fluída e que pode seguir muitos caminhos e direções distintas. Estes movimentos muitas vezes horizontais e de mobilidade para outras áreas que não diretamente a nossa formação base são significativas oportunidades para o enriquecimento de competências core.

A evolução das áreas de desenvolvimento tem-nos

convidado a refletir e a descobrir quais são as nossas forças, os nossos talentos e a melhor forma de potenciar a sua expressão, cunhando a carreira de um dinamismo e enriquecimento difíceis de alcançar quando se permanece numa mesma função ou organização por tempo alargado.

Começar por descobrir o que nos torna indiscutivelmente únicos passa por identificarmos o que nos é natural e o que fazemos de forma tão entusiasta que nos retro energiza, mesmo perante as adversidades. Este é o primeiro passo para conseguirmos reconhecer que talvez estejamos a investir numa área que a médio longo prazo não nos tratará o retorno desejado e nos tornará ineficientes. Seremos conscientes na

nossa carreira requer que assumamos o comando do que pretendemos, podendo por vezes requerer o apoio de um profissional que nos acompanhe nessa reflexão. Estarmos disponíveis para mudar ao longo da carreira, requer assumirmos riscos e avançar na saída da nossa zona de conforto.

concretização e propósito.

Abraçarmos estas mudanças de direção de carreira, reflete a nossa flexibilidade psicológica, recurso essencial para navegar em tempos de incertezas e prosperar. Para tal é fundamental sabermos quais são as nossas motivações e objetivos, direcionar o nosso pla-



As investigações mais recentes apontam para que possam ocorrer em média 12 mudanças de função ao longo da nossa carreira, como sinal da evolução da economia, as distintas perceções sobre o trabalho dos millennials e geração Z, bem como o aumento da consciência individual da importância do sentido de

no de aprendizagem e desenvolvimento com clareza e determinação, encararmos a atualização contínua de conhecimento uma parte entusiasmante do processo e procurar de forma perseverante aquilo que nos concretiza. ■

Durante mais de 100 anos, a **Xerox** tem transformado o modo como se trabalha - não importa onde o trabalho esteja a ser realizado.

Hoje, cientistas e engenheiros da Xerox continuam este legado de **inovação**, criando tecnologias disruptivas que impulsionam a **transformação digital**, potenciam soluções de **realidade aumentada**, implementam processos baseados em **automação** e **robótica**, permitem a produção **3D**, adicionam conexões **IoT** a equipamentos e materiais e criam soluções **CleanTech**.





# TITO CAMACHO

**Tito Camacho é licenciado em Gestão de Empresas pelo ISG, com uma pós-graduação em Gestão da Inovação pelo INDEG.**

**Iniciou o seu percurso profissional como Professor de Informática e Organização e Métodos do Ensino Secundário, e posteriormente fez carreira na área da consultoria em SI/TI, tendo passado pela Beltrão Coelho, Eurociber Portugal SA, Novabase DM e CA Serviços, ACE do Grupo Crédito Agrícola, entre outras empresas.**

**Especialista em Gestão de Projetos, fundou o PMI Chapter em Portugal e foi vogal da Direção da APOGEP.**

**Atualmente é Senior Project Manager na EVERIS NTTDATA Portugal, formador de cursos de Gestão de Projetos, e embaixador em Portugal da rede internacional The PMO Leader.**

*PROJECT MANAGER, EVERIS NTTDATA PORTUGAL*

**IF YOU WANT TO GO FAST, GO ALONE.  
IF YOU WANT TO GO FAR, GO TOGETHER.**

— African proverb

Na Gestão de Projetos (GP), ter um plano é uma peça-chave para o sucesso, mas a sua execução traz consigo enormes desafios. Ao longo do meu percurso profissional, também nem tudo correu como planejado. Houve convites inesperados para cargos, que me honram pela confiança, mas também mudanças abruptas e imprevisíveis desencadeadas pela dinâmica do mercado.

Fruto da experiência, aprendi que é nas alturas de maior conforto que nos devemos preparar e investir para gerir o risco e enfrentar a onda de mudança - que será inevitável - e, também, que a sorte só poderá existir quando a oportunidade se cruza com a prepa-

ração. Aprendi ainda que, "C.V." significa "continuar vivo".

No meu percurso, destaco três momentos-chave: o primeiro, quando em 1992, já com experiência como Professor e Programador, fui recrutado para a Eurociber Portugal, SA e aprendi o state-of-the-art da carreira de consultoria e da programação; o segundo, quando, ao fim de sete anos, decidi mudar para a Novabase, apostando na área de GP; e, o terceiro, em 1995, quando aceitei o desafio do Grupo Crédito Agrícola para criar a área de Gestão da Relação de SI/TI entre os Serviços Centrais e as Caixas de Crédito Agrícola Mútuo (clientes internos), o que me possibilitou,

até 2014, percorrer o país de Norte a Sul, fazer novas amizades e fomentar as inerentes relações profissionais.

Ao longo destes anos, participei na criação do PMI Chapter de Portugal, obtendo, posteriormente, a certificação PMP, iniciei funções de formador nesta área, fui vogal da Direção da APOGEP e tive o privilégio de privar com colegas e responsáveis que muito me ensinaram e a quem agradeço.

Na EVERIS NTTDATA Portugal, desde 2018 como Senior Project Manager, a exercer funções de PMO e de formador, a pandemia obrigou-me a um esforço inesperado de adaptação ao modelo do teletrabalho. Neste contexto de isolamento, a qualidade dos resultados depende muito do compromisso com a entrega e resiliência pessoais. Em equipa, mantemos o ritmo com reuniões digitais, à hora marca e com a vantagem de não ter a «sala ocupada», mas, a prazo, espero adotar o modelo de trabalho híbrido (que a minha companhia também preconiza e para o qual tem vindo a criar todas as condições) pois, se em casa há ganhos, estou convicto de que o convívio físico cria laços mais fortes e promove um maior sentido de pertença à organização.

Gerir o equilíbrio entre trabalho, vida pessoal e vida familiar é desafiante. Em casa, se a agenda o permite, faço breves pausas, durante as quais saio para uma compra rápida ou aproveito para ajudar nas tarefas domésticas contribuindo, assim, para a harmonia da família. Já com os filhos independentes, nas horas vagas, eu e a minha mulher fazemos caminhadas por Lisboa<sup>1</sup>.

De futuro, também como embaixador da rede The PMO Leader, espero contribuir para a melhoria dos processos internos das organizações com que colaboro, apoiar os novos colegas que queiram abraçar a área de GP e obter a certificação profissional Chartered Project Professional.

<sup>1</sup>O nosso record atual é de 18km numa tarde. ■



Inspirada pela Cauti, a sua mãe Susana Silva e o seu padrasto Joe Santos, fundaram a Associação Vencer Autismo em 2010, com o objetivo de ajudar @s cuidadores/as (pais, familiares, profissionais de educação, profissionais de saúde, etc.) de pessoas com Perturbação do Espectro do Autismo (PEA).

Com sede no Porto, nos primeiros anos a Vencer Autismo tinha como objetivo ajudar os pais de crianças com autismo, no entanto, com o passar do tempo a Susana e o Joe perceberam que o grande desafio não estava nas pessoas com autismo, mas sim na sociedade que geralmente não



compreende o que é o autismo, não sabe como lidar e cria medos e estigmas em relação a esta condição. Assim, a Vencer Autismo passa a ter como principal objetivo reduzir o estigma negativo do autismo, até ser compreendido e aceite por todos.

Acreditando que é preciso apostar no conhecimento sobre o Autismo por parte de toda a sociedade e na aquisição de competências por parte dos que cuidam e lidam com pessoas com PEA, a Vencer Autismo disponibiliza dicas, estratégias e recursos gratuitos no site e já realizou mais de 340 eventos (formações, palestras, congressos), chegando a mais de 51.000 pessoas, através de um programa que inclui: Palestras gratuitas sobre "O que é Autismo"; Workshops, para aprofundar ainda mais os conhecimentos sobre Autismo e capacitar as pessoas com estratégias e ferramentas;



Masterclasses, que aprofundam e capacitam os cuidadores em temáticas específicas; Mentorias, para a capacitação e empoderamento dos cuidadores, no processo de avaliar e perceber o que trabalhar, promovendo o desenvolvimento global e o potencial e valor da pessoa com PEA.

Com o impacto do programa comprovado, a Vencer Autismo prepara-se para, ainda em 2021, levar o mesmo para o contexto escolar e empresarial, com iniciativas inovadoras. Disponibiliza, para empresas, escolas, organizações e entidades no geral, Talks para a Diversidade, promovendo a inclusão e a diversidade verdadeira através de um testemunho de quem sabe como estes dois conceitos tão falados, podem de facto levar ao crescimento, inovação e desenvolvimento de negócios, motivação e espírito de equipa!

Para além das Talks, a Vencer Autismo está prestes a lançar o projeto AutismWorks, para apoiar empresas a incluírem nas suas equipas pessoas com autismo ou com outras diferenças, através da capacitação e empoderamento de todos os colaboradores e de mentorias que a integração e criação de locais de trabalho inclusivos e que valorizam a diversidade.

[info@vencerautismo.org](mailto:info@vencerautismo.org)  
[www.vencerautismo.org](http://www.vencerautismo.org)



**VENCER  
AUTISMO**



# PEDRO PINTO

**Fundador da agência e CEO, Pedro Pinto, tem mais de 20 anos de experiência com media, comunicações e desporto. Passou mais de uma década na CNN International como Pivot, repórter e produtor executivo, fazendo a cobertura de eventos e entrevistando atletas.**

**Teve a seu cargo o departamento de comunicações da UEFA de 2014 a 2018, dirigindo todos os conteúdos editoriais e digitais, o gabinete de imprensa e ainda, campanhas de comunicação corporativas para o organismo que gere o futebol europeu. Trabalhou directamente com os Presidentes da UEFA, Michel Platini e Aleksander Ceferin. O Pedro foi o responsável pela criação da premiada campanha #EqualGame da UEFA, que promove a inclusão e diversidade no mundo desportivo e que contou com a presença de Cristiano Ronaldo, Leo Messi e Paul Pogba, entre outros.**

*FOUNDER AND CEO OF EMPOWER SPORTS  
PRESENTER AND COMMUNICATIONS ADVISOR*

## **Qual o impacto da sua rede de contactos (networking) na evolução da sua Carreira?**

A minha rede de contactos teve um papel preponderante na evolução da minha carreira, mas diria que só a partir do momento em que comecei a frequentar eventos, torneios e jogos como repórter da CNN. No início, como todos aqueles que começam uma carreira sozinhos, eu dependi apenas da minha capacidade de trabalho e de tentar estar no sítio certo no momento certo.

## **Quais os momentos-chave da sua Carreira?**

Eu escolheria três fases de destaque:

O primeiro foi em 1992 quando tive oportunidade de

fazer o meu curso universitário nos Estados Unidos. Foi lá que aprendi todas as bases de comunicação, jornalismo e televisão que me são úteis até hoje.

O segundo aconteceu em 1996 quando a Teresa Paixão da RTP me deu a minha primeira grande oportunidade de trabalhar em televisão, o que me permitiu adquirir experiência e seguir o meu sonho de ser jornalista desportivo.

E o terceiro, claro, foi quando fui contratado pela CNN International em 1998 com 23 anos de idade para ser pivot e repórter de desporto do canal... esse momento mudou por completo a minha vida!

**Qual o impacto da pandemia nos seus projetos atuais?**

Penso que todos nós fomos afetados pela pandemia de uma forma ou de outra, principalmente na forma de trabalhar. Enquanto antes do COVID viajava muito para me reunir com clientes e para gravar programas, algo raro nos últimos 18 meses. Isto faz com que seja preciso gerir os clientes e as equipas de uma forma mais impessoal o que não ajuda em nada o trabalho que efetuamos.

**Quais os desafios na gestão de equipas em contexto de trabalho remoto?**

Penso ser muito difícil motivar diariamente os meus colaboradores a darem o seu melhor quando estão fechados em casa. Tenho tentado ao máximo promover reuniões de equipa diárias para continuarmos a colaborar da melhor forma, mas é um grande desafio.

**O que gostaria ainda de concretizar?**

Gostava de ser dono ou presidente de um clube de futebol, em Portugal ou no estrangeiro. Penso que o meu percurso me deu muitos recursos que posso aplicar em prol de uma instituição desportiva como um clube.

**Como equilibra trabalho-pessoal-família?**

Acho que essa pergunta tem de ser feita à minha família, mas eu fui pai apenas no ano passado, portanto durante muitos anos dediquei a maior parte do meu tempo ao meu trabalho. Agora é um desafio equilibrar tudo, especialmente com emails e mensagens WhatsApp a chegarem 16 horas por dia.

**Gostava de voltar a ter uma experiência exclusivamente internacional e longe de Portugal?**

Porque não? Agora estou em Portugal há três anos e estou feliz com a minha vida pessoal e profissional. Contudo, se surgir um projeto internacional aliciante, irei olhar para ele com mente aberta.

**4 conselhos práticos para jovens Gestores que pretendam ingressar/evoluir na sua área.**

Eu gosto de focar nos quatro Ps. É preciso ser Profissional, Proativo, Persistente e Positivo.

Juntando estas qualidades, acho muito honestamente que tudo é possível. ■



# A RENOVAÇÃO DOS VOTOS DE SUCESSO!



**PEDRO MENDES**

Marketing Strategy Specialist

Setembro é um mês particularmente importante no calendário anual das empresas.

É um período de reflexão e análise que sustenta a ambição, as expectativas e os investimentos do novo ciclo que se iniciará em janeiro.

O Marketing é particularmente importante em todas as fases deste processo. Os objetivos dependem da performance das marcas e dos produtos. Têm impacto direto nos rendimentos da empresa e dos seus colaboradores.

Alinhados com a equipa comercial, importa identificar qual a expectativa de vendas mais realista para o fecho do ano corrente. Normalmente identificados por LE (Last Estimate), estes valores são a base da projeção dos objetivos, pelo que o seu realismo é determinante.

Cabe também ao Marketing a análise do comportamento do consumidor e a identificação das macro tendências que se revelam importantes.

Hoje, não é difícil destacar a relevância estratégica da SUSTENTABILIDADE. Esta é uma das intenções que irá estar presente em todos os planos estratégicos das empresas para 2022. Nem todas conseguem fazer o “Walk the Talk”.

Mapeada a conjuntura importa analisar as marcas.

Como é que estas são vistas pelo consumidor? Os seus posicionamentos estão alinhados com as tendências? Que papel que devem ter na vida destes? São marcas relevantes? As suas narrativas (Story Telling) são pertinentes para o target?

São decisões estratégicas, de longo prazo, que devem ser monitorizadas e sustentadas a todo o momento.

As atividades de Marketing, de Comunicação e de Ativação das Marcas têm de suportar esta narrativa. Cada detalhe conta para o Brand Building. A credibilidade e a reputação são factores críticos de sucesso.

Numa dimensão de curto prazo avaliam-se os produtos.

Qual a sua performance nos vários canais comerciais?

Onde podem estar oportunidades de crescimento? Que

produtos (e quando) podem ser lançados ou retirados?

Qual o risco de canibalização? Quais as forças que podem contribuir positiva e negativamente para os resultados? E em que medida?

As expectativas da empresa resultam da quantificação destas análises, acrescida de uma dose saudável de otimismo.

Os planos são como os votos, desejamos sempre o melhor.





# CLÁUDIA CAMACHO

**É a primeira mulher perfumista independente, em Portugal, facto que despertou a atenção de algumas marcas internacionais na área. Em 2021, assina contrato com uma empresa em Shangai, estando a trabalhar afincadamente para o posicionamento da marca no segmento de luxo, na China. Para trás, deixa um percurso nacional e internacional de 17 anos na área da Arte Contemporânea onde trabalhou como Curadora, Historiadora da Arte, Professora na Faculdade de Belas-Artes de Lisboa e CEO da empresa AntiFrame – Art Consulting. Mestre em História da Arte pela Universidade Complutense de Madrid.**

PERFUMER

Cláudia Camacho lança Mystery, uma ode a Sintra. É a primeira fragrância a ser criada em nome próprio por uma perfumista portuguesa.

Foram 41 anos de estreita ligação de Cláudia Camacho com o Monte da Lua e consecutivas deambulações pelas suas florestas que resultaram num conhecimento ímpar dos seus aromas, esses que fazem deste um lugar com características únicas na Europa.

Alongam-se-nos os olhos sobre a Serra, muitas léguas antes de todos os outros sentidos a interiorizarem uma vez sentida, na pele, toda a frescura do lugar. Há um inegável fascínio que mescla o canto das aves, esse coro divino que se superioriza ao som das ramagens que oscilam, de ventos que retêm os segredos soprados pelo Cabo da Roca, promontório de Ocidentalidade de um conti-

nente inteiro, revelações de uma ambiência ancestral. Debaixo dos nossos pés, está toda uma orgânica que não crepita, em restolho, como noutros bosques. E há uma bruma ancestral que cria condições ímpares para os musgos que crescem sobre os troncos dos majestosos carvalhos ou os fungos que cobrem o húmus que, ali, é sempiterno. É essa humidade, que nos remete para o frio, mas que, em perfumística, empresta calor à fragrância, o fundo de Mystery, o primeiro perfume de uma trilogia dedicada a Sintra, cujos nomes se inspiram nas obras de Eça de Queirós, também ele um apaixonado por esta Serra.

Em Mystery, perfume sem género, não são usados quaisquer sintéticos. Todas as matérias-primas são naturais, certificadas e o seu processo de criação é inteiramen-

te feito à mão, incluindo a embalagem, de cortiça na sua forma mais crua e sem qualquer espécie de tratamento, ou o rótulo escrito à mão por um calígrafo. Cada uma das 25 unidades disponíveis é, assim, um objeto único e irrepetível, que encerra uma fragrância que nos remete para uma enigmática jornada por entre as sarças da Serra com o seu terroso, a humidade ímpar, a frescura de ciprestes em cumes onde os bálsamos mediterrânicos têm o mesmo carácter indomável e sacro que nos levaram a desbravar os mares em buscas de especiarias. Mystery é, assim, uma exaltação. Uma estrofe dos incontáveis poemas que Sintra inspirou. Cláudia Camacho, que conhece este lugar como quem tatua sentidos, cumpre o seu desejo de imortalizar Sintra, olfativamente.





**CHAISE** *longue*<sup>®</sup>  
Mobiliário | Furniture | Mobilier  
*with you.*



# LETICIA RAQUEL

MAQUILHADORA



*O facto de ter sido sempre autêntica e ter dado o meu melhor, fomentou a minha relação com os projetos e consequentemente o sucesso do meu trabalho.*

Apaixonada pelas artes desde muito cedo, sempre idealizei um dia ser uma Artista. No entanto, o meu caminho sempre me desafiou a mim própria, levando-me a sair da minha zona de conforto. Experimentei várias áreas, tais como trabalhar com crianças, retalho, vendas e estética.

Frequentei também o curso superior de Fisioterapia e Desporto, mas cedo percebi que não era a minha vocação.

Depois desta vivência, em 2011 e não me sentido totalmente realizada, procurei outro rumo.

Foi aí que surgiu a oportunidade de estudar Maquilhagem durante 1 ano de forma intensiva. Após concluir o curso, fiquei rendida à maquilhagem e não

mais quis parar.

Inicialmente foi difícil pois era “desconhecida” e vivia no interior, mas aos poucos fui alcançando vários clientes.

Sendo uma sonhadora e ambiciosa, em 2017 decidi largar tudo e colocar a mochila às costas rumo a Lisboa, onde se encontrava mais oportunidade de crescimento nesta área.

Lisboa abriu-me várias portas para o mundo da beleza dando-me espaço e liberdade de criatividade. Conheci muitas pessoas da área que foram também peças importantes no meu caminho.

Hoje em dia trabalho com figuras públicas, TV, campanhas renomeadas, noivas, entre outros.

A cada dia me desafio mais, e ter a constante de todos os dias serem diferentes também me estimula.

Olhando para trás e para aquilo que ainda pretendo fazer, este foi o melhor caminho que poderia ter escolhido como freelancer.

Curiosamente, quando muita gente perdeu trabalho durante a Pandemia, o meu volume de negócios aumentou, pois também aumentou a quantidade de projetos digitais.

Depois de uma década a maquilhar recheada de coisas boas, o que virá só poderá ser ainda melhor.

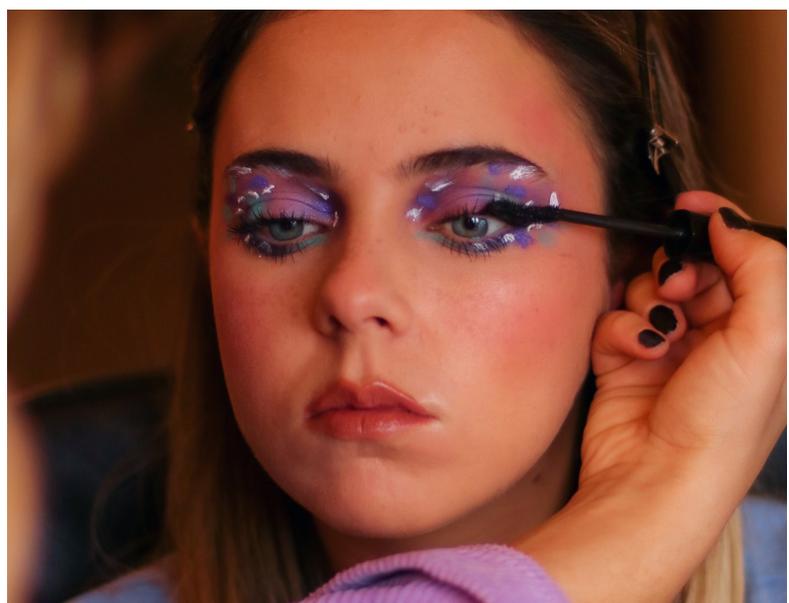
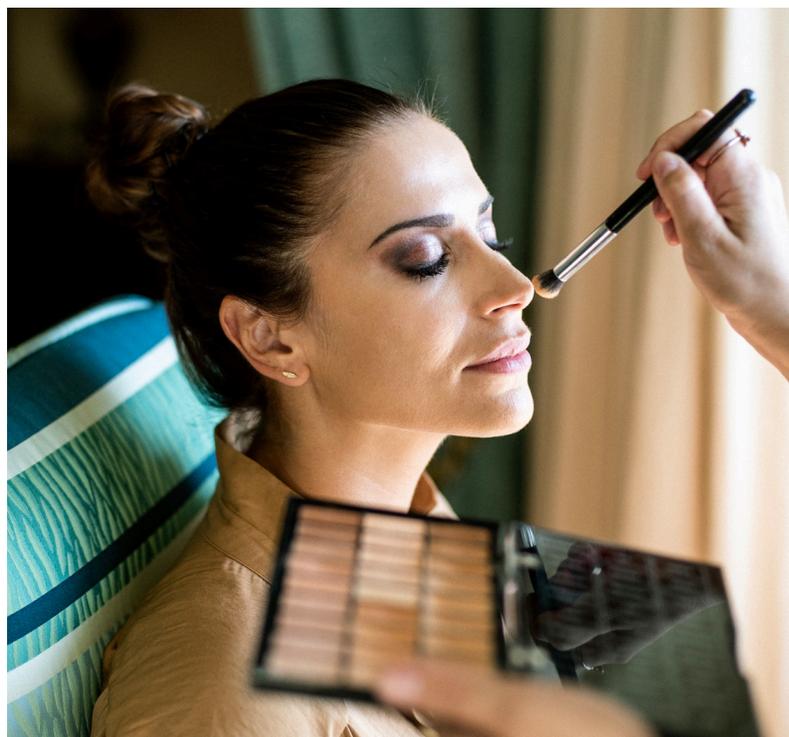
### Fator chave na minha carreira.

O facto de ter sido sempre autêntica e ter dado o meu melhor, fomentou a minha relação com os projetos e consequentemente o sucesso do meu trabalho.

### 3 conselhos para jovens profissionais nesta área.

- . Ser persistente, autêntico e consistente.
- . Conhecer o máximo de pessoas no meio.
- . Ser ativo na comunicação e procurar acompanhar as tendências. ■

**Instagram:** @missleticiaraquel



# EMPRESAS VISIONÁRIAS REGRESSAM AO TRABALHO, COM OS OLHOS POSTOS EM 2023!



**MARIA JOÃO DE FIGUEIREDO**  
Financial Advisor

Setembro, para as empresas, combina com regressar, repensar, reorganizar, reinventar e renovar. Este mês marca o reinício das atividades a 100% ou quase, uma vez que em ano de pandemia, nem sempre isso é possível. Curiosamente, a COVID-19, demonstrou às empresas a importância de se analisarem, de conhecerem os vários contextos, fraquezas, forças e oportunidades, de ponderar sobre as variáveis externas e potencialidades de todos os seus recursos.

Repensar, ao 9º mês do ano de 2021, implica perceber qual o posicionamento no mercado e definir objetivos a médio e a longo prazo, realizar planeamentos fiscais, fazer o ponto de situação do inventário, preparar o fecho do ano, planear o orçamento seguinte e considerar a variável “medidas de apoio”, como o ás de trunfo, que permitirá fazer mais, com mais segurança, inovação, qualidade e eficiência, seja ela, económica, digital e /ou ambiental.

Repensar, quando realizado com o devido aconselhamento, poderá conduzir as empresas a três processos: reorganizar,

reinventar e renovar. Nem sempre os três são possíveis, uma vez que urge estabilizar, analisar questões legais e apoios financeiros e económicos a iniciarem e a finalizarem. Esta é a fase em que agarrar todas as oportunidades, com olhos postos em 2023, distinguirá os empresários cigarra, dos empresários precavidos e visionários, que se assemelham à resiliente formiga.

Porquê 2023? Porque, de acordo com João Leão, ministro de Estado e das Finanças, em entrevista à RTP3, "Estamos com uma recuperação muito robusta, vamos crescer em 2021 e 2022, no seu conjunto, mais 9% [4% este ano, 5% no ano que vem].", tendo presentes as candidaturas em aberto, a procura crescente de empresas estrangeiras e a consciência das vulnerabilidades inerentes à pandemia, pensar a longo prazo, permitirá, de forma ponderada, aumentar a sua competitividade e tornar-se uma referência sólida no mercado.

O futuro é dos audazes, que sabem o que fazem! Pensam e preparam, agora, o futuro, para além do amanhã!





**TESLA PORTUGAL TOURS**  
SERVIÇOS DE TRANSPORTE PERSONALIZADOS

[info@teslaportugaltours.com](mailto:info@teslaportugaltours.com)  
+351 916 835 911  
[www.teslaportugaltours.com](http://www.teslaportugaltours.com)



# MARTA WAHNON

**47 anos, com licenciaturas em Comunicação Empresarial e Jornalismo Televisivo; passei pelo departamento de Comunicação da TV Guia Editora, responsável pela Comunicação Interna e Institucional; mais tarde integrei o departamento de Marketing de Eventos na Sonae Entretenimento e posteriormente fui convidada para seguir para a área de saúde, com os Health Clubs Solinca. Durante quinze anos, exerci a profissão de Relações Públicas com diversas agências de comunicação e participei em todo o tipo de eventos de todas as áreas possíveis, isto até ao dia que a alimentação e todo um mundo em redor deste falou mais alto.**

*CEO, BEWELL NUTRITION (DETOX PLANS | CATERING | HEALTH COACH)*

A alimentação e o cuidado com a mesma, foi algo sempre presente na minha vida. Em adolescente era federada em ginástica rítmica, um desporto de grande nível de esforço, empenho e disciplina. Nem sempre foi fácil, perdi a conta às vezes que quis desistir; graças a Deus tinha uma santa Mãe, que me ouvia e me mandava seguir o meu caminho, a quem agradeço dias mais tarde. Em paralelo a esta rotina, havia o controle alimentar; por sorte, eu fui daquelas que não tinha que ter especial cuidado, uma vez que odiava tudo o que eram laticínios e não tinha tendência para engordar. Isto até ao dia que chumbei o ano com música, tive uma ruptura muscular e fui impedida de treinar e J.O. ficou onde estavam, nos sonhos.

Um ano mais tarde fui para o liceu deparei-me com a ausência de rotina, a falta de professores, os intervalos nos cafés, e sem dar por isso, 10kg num ano! Foi-me diagnosticada bulimia e toda uma avalanche caiu sobre mim. Desde recorrer a uma psicóloga para distúrbios alimentares, de dietas de A a Z, de corridas à casa de banho para vomitar, de esconder comida de terceiros, a passeios constantes às bibliotecas em busca de informações de suplementos\super-alimentos naturais, tudo fiz para tentar achar uma forma natural de me alimentar de forma saudável, mas que em simultâneo conseguisse ajudar o meu organismo a entrar em sintonia com os meus desejos e aprender a controlá-los. Foram anos de pesquisa, perdi a conta

ao número de recaídas que tive, mas algo que não esqueço foi a psicóloga mencionar, que eu nunca desistia, via sempre o próximo dia, como um novo dia para acreditar em mim.

Foi uma altura que estudei de tudo um pouco, dos 17/18 aos 22 anos, palavras como chia, linhaça moída, açaí em pó, maca, plantas para infusões, entre outros, já faziam parte do meu dicionário e da minha alimentação. Na altura, a maioria das coisas encomendava e tinha sempre amigos que viajavam para locais de onde era possível me trazerem uns tantos outros; as especiarias ficavam a cargo da minha mãe, coitada, o cheiro da sua mala era tal que ninguém queria partilhar o quarto com ela!

Atualmente não me vejo a fazer outra coisa, quero ajudar o próximo e acima de tudo, pessoas que sofrem da mesma doença ou de comportamento compulsivo (algo muito semelhante). Temos que nos aceitar como somos e aprender a lidar com aquilo que temos. Somos nós que controlamos e não o inverso, não estamos cá para ter pena de nós, há que saber

viver e temos tudo ao nosso alcance, mas para isso, a nossa cabeça tem que estar em sintonia com a nossa vontade.

#### **Qual o principal obstáculo no seu início de Carreira?**

Quando por fim decidi investir numa nova carreira que nada tinha que ver com a anterior, estava ciente de que se trataria de um tiro no escuro, mas o que me motivava na altura e continua até ao dia de hoje, era a paixão que carrego pela fusão dos alimentos e aquilo que estes nos proporcionam, a sua magia e respectivos benefícios. Além disso, e com uma base de estudo "pessoal", sabia que teria muito caminho a percorrer e barreiras a enfrentar. Nessa altura, deparei-me logo com o primeiro obstáculo: a comparação. A situação profissional em que me encontrava era bastante segura, já tendo dado provas suficientes das minhas competências e sendo reconhecida no mercado. Neste novo desafio tudo era novo, desde logo delinear o meu posicionamento. Queria trabalhar na área de alimentação saudável, mas não sabia em quê especi-



ficamente; abrir um restaurante, ter um pronto a comer, uma escola para formação, integrar num projeto e fazer parceria com terceiros, ou ter uma outra coisa ainda por definir?

Pois bem, desde o início e ainda nem tinha ousado sonhar, o meu ideal era ter o meu próprio espaço de confecção, dividido em 3 áreas: Produção Planos Detox, Produção de cozinha manipulada e Produção de linha de congelados individuais e familiares. Em paralelo, queria chegar à área de saúde e bem-estar, com a presença do nosso catering em conferências, seminários e/ou formações em todas as clínicas que acreditassem no nosso projeto.

Pesquisei muito, tinha como intuito “beber” toda a informação possível, e foi então que parti para Londres, a fim de estar presente num seminário de Alimentação Saudável (2016). Trata-se de um mundo imenso e quanto mais pesquisamos mais descobrimos, e ao mesmo tempo, sentimos que nada sabemos. A necessidade de atualização constante é notória. Durante sensivelmente um ano, fui presença assídua em diversos workshops no Instituto Macrobiótico, estive também presente na Conferência Anual de Nutrição, Conferência de Medicina Quântica, onde prestei testemunho com um Detox de 21 dias, mas ainda assim, não era suficiente.

Sendo a minha base académica a Comunicação - algo que nunca deleguei e pretendo manter desta forma - adoro a ligação que tenho vindo a criar com os nossos clientes. Muitos deles, já os vejo como verdadeiros amigos e sinto que de alguma maneira fiz diferença nas suas vidas. A forma sincera e despida de qualquer pudor com que partilham as suas fragilidades, é de tal modo genuíno, que em 2018 decidi aprofundar os meus conhecimentos de maneira a ser capaz de dar uma resposta mais profissional. Inscrevi-me no Institute Integrative Nutrition e tirei Nutrição Funcional and Health Coach. Pessoalmente, deu-me maior segurança e confiança na altura que sou abordada pelos nossos clientes.



### **Qual o impacto da sua rede de contactos na evolução da sua carreira?**

Como ex relações-públicas, estou bastante ciente e grata pelo caminho que fiz. As amizades que travei, assim como contactos que criei, foram sem dúvida uma grande alavanca para o arranque deste projeto, uma vez que com o seu apoio, conseguimos seguir o posicionamento desejado, chegando ao target previamente delineado, de forma sustentável e credível. É interessante, e de certa forma, chega a ser algo curioso; passados 5/10 anos, estamos novamente em contacto, numa posição diferente de outrora, na maioria das vezes a título pessoal, em que nos confidenciam as suas fragilidades, os seus receios e ansiedades, bem como os seus objetivos, e apelando à nossa presença, de forma a atingir esses mesmos resultados.

Para a Be Well, tem sido um caminho muito gratifi-

cante, sobretudo quando recebemos novos clientes provenientes de outros. Prova de que só poderemos estar no caminho certo e que mais não podemos desejar: chegar ao máximo número de pessoas e que estas continuem a ceder-nos o seu voto de confiança, para juntos construirmos um caminho em nome da saúde e bem-estar. As redes influenciam, mas q.b. porque o nosso verdadeiro desafio é aquele cliente que surge com pedidos “fora da caixa”, que nos faz pesquisar, experimentar, criar e no final nos dá uma enorme satisfação, seja por termos tido a capacidade de resposta, seja pelo trabalho de equipa.

Se há algo que estamos sempre a mencionar na Be Well, é o privilégio que sentimos em ter clientes 5 estrelas!



#### **O que valoriza na relação com colegas e chefias?**

T.U.D.O.!

Posso dizer que aprendi mais nestes últimos 6 anos que em 15 como relações-públicas! Foram muitas as “cabeçadas” que dei, consciente que ainda estarão várias pelo caminho. Tive a sorte de ter apoio de quem me conhecia e acreditava no meu potencial, no entanto, restavam muitas arestas por limar; trocado em miúdos, foi uma verdadeira aprendizagem interior, sobretudo de aceitação face aos pontos fracos e torneá-los em meu favor e em favor daqueles que me rodeavam. Resultado, hoje agradeço a sua persistência e agradeço sobretudo àqueles que estão comigo

até agora.

Como fundadora do projeto, a verdade é que não me sinto “patroa” de ninguém, uma vez que ao dia de hoje, priorizo a opinião/sugestões daqueles que trabalham comigo. Diariamente, começamos o dia com uma breve reunião, onde são colocadas as questões positivas, aspiracionais, bem como as menos boas, sempre com o objetivo de encontrar as respectivas soluções em equipa.

A base da nossa relação, o ambiente da Be Well e aquilo que mais valorizo, começa pelo respeito, pela lealdade; é a nossa génese, saber ouvir e intervir no momento certo, dar atenção e estar atento, ser coerente, e não esquecer que todos nós temos fragilidades. Quem erra é aquele que trabalha e quem se mantém ao nosso lado é aquele que acredita; e isso merece todo o respeito do mundo!

#### **Quais os momentos-chave da sua carreira?**

Ao longo da minha “nova” carreira, destaco alguns momentos que considero cruciais, como alicerces para sustentar a nossa premissa e continuar a crescer nesse espírito. Ter o atrevimento de largar uma carreira sólida e seguir uma paixão que acreditava (e acredito) que é a base para uma vida com mais qualidade e bem-estar; investir em formação e vê-la como algo que se deve enriquecer sempre que for possível; dar o passo ao sair de uma cozinha amadora para uma cozinha profissional. Acima de tudo, continuar a fazer dos sonhos metas a atingir.

#### **Qual o impacto da pandemia na sua função e/ou equipa?**

Quando a pandemia se instalou, logo na primeira fase e seguindo as medidas instituídas, fechamos durante um mês. Com todos os cuidados e seguindo os conselhos da DGS, regressámos com uma equipa mais reduzida e a resposta que tivemos foi surpreendente! Os nossos clientes e muitos novos clientes estavam sedentos por regularizar, voltar à sua essência, limpar os excessos provocados pela recente sedentarização; tudo era novidade e muitos “perderam-se” em expe-

riências culinárias, outros puseram o cinema e a leitura em dia, ignorando a prática de exercício físico, e como diz o ditado, “quanto menos se faz, menos vontade se tem de fazer”. O nosso posicionamento já era à partida maioritariamente takeaway, e quando o instalámos oficialmente, o feedback foi muito positivo, permitindo que continuássemos focados no que realmente importa: o bem-estar do nosso cliente.

### **Considera manter o trabalho remoto a longo prazo?**

#### **Se sim, porquê.**

O trabalho remoto é algo inviável na nossa área, por razões óbvias; no entanto, estou consciente que alterei um pouco a minha rotina, como reunir trabalho e agendar um dia na semana para o passar em casa. Cheguei à conclusão que rende o dobro, uma vez que o nível de concentração é maior, estou ali com aquele propósito e só termino uma vez atingido os objetivos; já na loja, interrompo para atender clientes ou interrompo só porque sim, com a desculpa de que o faço mais tarde.

### **Qual o impacto dos seus líderes ao longo da carreira?**

Positivo. Foram vários, cada com a sua personalidade e formas distintas de estar na vida. Guardo boas lições da maior parte deles e aprendi acima de tudo metodologia e rigor; com um em especial, adquiri a capacidade de arriscar.

A vida é uma aprendizagem. Estando agora como fundadora do projeto, aprendo, e muito, com aqueles que trabalham comigo. Continuo a frisar, mesmo porque mais do que nunca o considero um luxo, é fundamental dar o nosso tempo àqueles que passam a maior parte do dia connosco e nos dão muito, ao vestir a camisola.

### **3 conselhos para jovens profissionais na sua área:**

O primeiro conselho, e vale para todos os jovens, nos dias que correm há que ser multifacetado e nenhum trabalho é estanque; tenha espírito de iniciativa e se acredita realmente, então arrisque, se não der asas à



sua imaginação agora, mais tarde irá arrepender-se de ter cortado as suas próprias asas por medo. Quando estamos em início de carreira, parece-nos que temos uma vida infinita pela frente, mas desengane-se, passa tudo a correr. Pelo que o meu conselho é que procure, corra atrás daquilo que realmente gosta e o faz feliz; pode pensar que não, mas é possível aliar paixão e trabalho, e eu sou prova viva disso.

Um conselho mais direcionado para esta área: estágios! e quanto mais estágios, melhor! A prática é fundamental, de nada adianta ler o que vem nos livros - esta planta é um ótimo auxiliar na prevenção do cancro ou “X” auxilia no bom funcionamento dos intestinos - nada disto faz sentido se não conseguir criar uma fusão correta e apelativa desse prato. Crie, invente, seja dono da sua própria razão, pesquise tudo o que estiver ao seu alcance e procure falar com “cabeças” da área. É comum, e de certa forma normal, vermos recém-licenciados com possibilidade de criar logo o seu primeiro negócio e na maioria das vezes não passam do segundo ano de existência! Os jovens chegam ao mercado com uma ambição, por vezes desmesurada e há que controlá-la ou saber aplicá-la. “Baby steps”, este sempre foi o meu lema desde que criei a minha empresa.

Por último e não menos importante, foque-se nos seus sonhos, idealize-os porque quando queremos verdadeiramente uma coisa e trabalhamos para ela, não tem como não acontecer! ■



# RITA CARMO

**Rita Carmo é fotógrafa dedicada à cena musical há 30 anos. Iniciou a publicação de fotografias no semanário Blitz em 1992 onde permanece fotógrafa residente. Tem fotografias editadas em diversas publicações portuguesas e estrangeiras. Em 2003 editou pela Assírio & Alvim o álbum fotográfico “Altas-Luzes”. Em 2004, a convite da Alcatel Portugal e da Número, expõe no 4º Festival Portugais na Fnac Forum Les Halles em Paris. Em 2008, no âmbito do Congresso Feminista, expõe na Fundação Calouste Gulbenkian. Ainda em 2008, edita com a revista BLITZ o álbum “Portugal XXI – Imagens de Sons Portugueses”. Em julho de 2009 expõe no Festival Alive parte do seu trabalho relacionado com concertos ao vivo. Em 2013, edita o álbum “Bandas Sonoras – 100 Retratos na Música Portuguesa” pela Chiado Editora. Em 2015, é curadora e expõe no Festival Super Bock Super Rock um importante acervo dos 20 anos do Festival. Em 2019, recebe o Troféu “Mérito Profissional Afonso Lopes Vieira” do Jornal Região de Leiria. Como free-lancer é responsável por diversas capas de CD’s e imagens de divulgação de músicos portugueses. É Formadora na World Academy, CENJOR e Escola Restart.**

*FOTÓGRAFA*

## **Como percebeu que esta era a carreira que queria para a sua vida?**

Fui percebendo. Comecei a fotografar enquanto estudava Design Gráfico na Escola de Belas-Artes de Lisboa e, durante aqueles anos, foi um trabalho que se enquadrou bem na minha vida de estudante. Eram trabalhos maioritariamente nocturnos, que puxavam pela minha criatividade e que eu gostava. Felizmente o BLITZ, para onde comecei a fotografar em 1992, era um meio “alternativo”, era quase um fanzine, a preto e branco, que permitia muita experiência e também muitos erros. Foi, e é, a minha escola. Cresci com o BLITZ, a experimentar e a ver resultados nos jornais impressos na semana seguinte. Em 1995, acabei o

meu curso e casei. E nessa altura acho que percebi que era mesmo fotografia que iria continuar a fazer.

## **Lembra-se da sua primeira foto?**

Não, de todo. Sempre viajei muito com os meus pais e irmã por toda a Europa, e o meu pai fotografava muito. Fotografava em slide, inicialmente; depois negativos que mandava imprimir. Sei que lhe “roubávamos” de vez em quando a câmara. Aos 13 anos fiz um mini-curso de revelação a preto e branco no FAOJ de Leiria e aí, lembro-me de fotografar a nascente do rio Lis e fazer retratos. Mais tarde sim, aos 16 anos comecei a fotografar quando o meu pai me ofereceu uma câmara russa Zenit que comprou em 2ª mão na Praça

de Espanha. No verão de 1989 fomos a Berlim-Leste e fotografei muito, ainda antes da queda do Muro. Isso marcou-me imenso.

**Quem foram as suas referências quando iniciou a sua carreira?**

Sempre gostei imenso do Sebastião Salgado, a visão abrangente dele, o preto e branco, a escala, o dramatismo. Depois, já mais ligada à fotografia de música, o Anton Corbijn, a Annie Leibovitz, Mark Seliger, Steve Gullick. Portugueses, sem dúvida, o Pedro Cláudio e a Inês Gonçalves eram nomes que me levavam a comprar a revista "K".

**O que a atraiu para o mundo da música?**

O acaso! Mero acaso, confesso. O jornal BLITZ, que saía à terça-feira, tratava de toda a área cultural emergente, da Moda à Música, passando por temas importantes como a SIDA, Manifestações contra propinas em frente à Assembleia da República.... Era muito abrangente. Fotografei imenso Teatro, Dança, Exposições e claro, muitos concertos. Atrás de tudo isto estão pessoas, "artistas", é verdade, mas pessoas como todos nós. E acho que é mesmo isso que me cativa: as pessoas que fazem a arte. Nos anos 2000, o BLITZ começou a centrar as reportagens na Música e foi aí que me "especializei" mas sem grande noção

**"[...] A MÚSICA LEVA-NOS A CENÁRIOS, PERSONAGENS... QUANDO OUVIMOS UMA MÚSICA, CADA UM DE NÓS IMAGINA UM FILME À VOLTA DAQUELA BANDA SONORA E DAQUELAS PERSONAS, E ISSO ATRAI-ME IMENSO."**

nem intenção. É um mundo sempre controverso, onde as paixões são extremadas: os fãs defendem a sua cor até ao fim do mundo. Costumo dizer que nada pior que uma discussão sobre política, religião, futebol ou música. Tudo é levado ao extremo. Para além disso, a música leva-nos a cenários, personagens... quando ouvimos uma música, cada um de nós imagina um filme à volta daquela banda sonora e daquelas personas, e isso atrai-me imenso. Materializar a música é um desafio. Qualquer estilo de música.

**É fotógrafa residente no Blitz desde 92. Como sente toda a mudança acelerada para o digital que a im-**

**prensa sofreu?**

Vivi esta revolução desde o início. Quando entrei no BLITZ, o jornal imprimia a preto e branco, como quase todos os outros (e eu fotografava com rolos preto e branco). A primeira revolução (eu sei, parece que estamos há vários séculos atrás mas não, foi só há 30 anos) foi a passagem para a cor, a impressão em papel melhorado, agrafado e aparado. Depois passámos a revista, um luxo maravilhoso, dá um prazer imenso ver fotografias grandes e bem impressas. Há uns anos, porque cada vez se compra menos revistas, passámos apenas a site (com uma revista anual) e confesso que, apesar de facilitar de alguma forma a nossa vida, a



BENJAMIN CLEMENTINE © RITA CARMO



THE LEGENDARY TIGERMAN © RITA CARMO



FLORENCE AND THE MACHINE  
© RITA CARMO

torna (ainda) mais rápida, sem fôlego e também mais fugaz. Não guardamos coisas. Por um lado, tudo mais fácil; por outro muito exigente também e com fronteiras mais amplas. Comecei a filmar, editar vídeo... todo um mundo novo se abriu à minha frente. Mas continuo a preferir fotografar e ver o trabalho impresso.

#### **Entre trabalhos fotográficos, workshops e a Espanta Espíritos consegue guardar tempo para a Rita?**

Claro que sim! Sou casada há 26 anos, tenho dois filhos já adultos, faço quase tudo o que quero fazer na minha vida. Viajo, cozinho, estou presente na minha família. Em casa, não há distinção entre trabalho e família: estamos todos mais ou menos ligados à área das artes, portanto complementamo-nos muito bem. Costumo dizer que somos como um circo: temos o palhaço, o trapezista, a menina dos bilhetes da entrada e o domador de leões. Eu sou a menina dos bilhetes da entrada, claro :).

#### **Como se prepara para um trabalho *on stage*?**

Não foi sempre assim mas, hoje em dia é muito fácil: pesquisa, muita pesquisa. Conseguimos ver, no dia seguinte, imagens da tournée de um artista que acabou de chegar de Madrid. Cá será semelhante, com regras praticamente iguais, palco igual. Há uns anos, a preparar-me para o concerto dos ACDC em Alvalade, percebi que, logo na primeira música, o Angus Young descia a passerelle até perto dos fotógrafos e estava com a objectiva certa quando começou o concerto. Se não tivesse feito essa pesquisa, não teria usado, certamente, a grande-angular logo na primeira música e não teria aquela foto daquela forma.

#### **Qual o trabalho mais caricato que ainda hoje a faz rir?**

Todas a minhas falhas...! Já deitei ao chão o projector de um concerto que dava luz a todo o palco e a sala ficou no escuro... não me ri, confesso, fiquei bastante aflita, só pensava no custo da lâmpada e que era a cau-

**"[...] SER EXIGENTE, PERSISTENTE  
E QUERER MELHORAR SEMPRE.  
NÃO SER APENAS BOM FOTÓGRAFO:  
É PRECISO SER ORIGINAL,  
ATENTO, CUMPRIDOR, CORDIAL,  
MULTIFACETADO."**

sadora daquela paragem... felizmente acabou bem, a lâmpada estava intacta e o concerto continuou.

Há uns anos, no Festival Sudoeste, desafiei o meu colega redactor Mário Rui Vieira do BLITZ a fazermos reportagem numa pequena montanha-russa que havia no recinto. Gosto de algum risco mas nunca tinha andado numa montanha-russa. Fizeram-nos entrar no carrinho apressadamente e fiquei com a sensação que tinha o cinto de segurança mal fechado. Ainda fotografei a pequena subida do início mas, mal começámos a descer furiosamente... enfim, devo dizer que me fartei de disparar com a câmara agarrada ao meu corpo e não saiu nada dali. Nunca mais entrei em montanhas-russas.

**Quem gostaria de ter fotografado, e que não teve oportunidade?**

Tanta gente.... Tenho uma pena enorme de não ter fotografado a Amália; mas em contrapartida ainda fotografei o Carlos Paredes em 1992. Tenho pena de não ter fotografado o David Bowie (estava de férias quando ele cá veio em 1996!), mas fotografei os Nirvana....! Falta-me ainda o Tom Waits... virá cá?

**O que a fotografia significa para si?**

A Fotografia é uma parte muito importante da minha

vida. É onde me sinto segura e bem. Adoro o que faço, desafia-me, abre horizontes. Obriga-me a imaginar cenários, luzes, personagens. Divido o meu trabalho em Retratos a músicos/artistas, retrato corporativo, retratos a pessoas no geral; e o trabalho de Reportagem, essencialmente concertos, teatro e dança, mas também viagens, adoro fotografar em viagem. E tudo isto acaba por ser tão diversificado que me completa. Nos retratos muitas vezes puxo pelo meu lado mais de produção, que também gosto; nas reportagens o papel de observadora, que também adoro. No fim, em casa, no meu computador, no trabalho de edição e pós-produção sabe-me muito bem pôr tudo cá fora.

**Que conselhos daria a quem pretende seguir esta carreira?**

Os conselhos que dou aos meus formandos: ser exigente, persistente e querer melhorar sempre. Não ser apenas bom fotógrafo: é preciso ser original, atento, cumpridor, cordial, multifacetado. Hoje não se exige apenas que se seja bom tecnicamente, há excelentes fotógrafos por aí! O sucesso depende de mais factores e um deles é não se desistir à primeira derrota, nem à segunda, sem ser preciso passar por cima de ninguém. Estar sempre actualizado e... não falhar. ■



# CARLOS KNORR

**Carlos Knorr é um artista pop-street nascido em 1983 que trabalha com desenho e pintura.**

**Viveu na Zambujeira do Mar até aos 17 anos, altura em que se muda para Lisboa, onde conclui a sua licenciatura em Design Industrial/Gráfico. O curso coloca-o em contacto com inúmeras técnicas e tecnologias artísticas e gráficas, o que a par da nova vivência cidadina, estimula ainda mais a sua vocação para a pintura e pelas artes em geral. Desde então, conta com várias exposições coletivas e individuais, onde imperam peças que seduzem pela narrativa, a fantasia e o humorístico.**

**O universo da pintura de Carlos Knorr, é fortemente influenciado pela cultura pop e street, misturando frequentemente técnicas e estéticas tradicionais, com linguagens mais contemporâneas. Chega mesmo a cultivar uma certa linguagem Kitsch. Regressou à Zambujeira em 2018, onde vive atualmente.**

*ARTISTA PLÁSTICO*

## **Quando percebeste que era este o caminho que querias seguir e que te fazia realizado e feliz?**

Eu sou da Zambujeira do Mar, onde morei até aos 17 anos, e desde que me conheço, incluindo nessa altura, percebi que tinha jeito e paciência para trabalhos manuais e materiais, e como via bons resultados (tal como os meus amigos e família mais próximos) ficava motivado para fazer mais em quantidade e qualidade. A complexidade das coisas que fazia ia aumentando gradualmente, e gostava de oferecer pinturas a familiares. Confesso que gostava de me destacar nessa matéria, e fi-lo durante toda a minha escolaridade, incluindo na universidade (tirei um curso superior de design industrial com uma forte vertente gráfica).

Durante todo o meu percurso de vida tive em mente a ideia romântica de ser pintor, mas dois fatores fizeram com que não pensasse nisso mais objetiva e seriamente. O primeiro foi o facto de enquanto vivi na Zambujeira, não conhecer nenhum pintor, nem artistas (seja lá o que isso for). Só para contextualizar, a Zambujeira devia ter, na altura, umas 700 pessoas recenseadas.

O segundo fator era o permanente desmoralizar das pessoas à minha volta, porque "não dava dinheiro". Lembro-me de uma professora de físico-química me dizer, na altura em que escolhi o agrupamento de Artes, no décimo ano, que lhe tinha "saído um belo artista".



THE CONSTRUCTION OF MIA MONROE, 2021 (ACRÍLIO E SPRAY SOBRE TELA 80CM X 49CM)



GIRLS GIRLS GIRLS, 2020 (ACRÍLIO E SPRAY SOBRE TELA 100CM X 63CM)

Respondendo mais concretamente, apesar de sempre ter gostado de pintar, acho que só escolhi, decididamente, deixar tudo e só pintar, há uns 8 ou 9 anos, depois de ter trabalhado alguns anos como Designer Gráfico, função que achava extremamente chata, stressante, desgastante e mal paga. Nesse momento, achei que era uma boa altura de ser realmente feliz e deixar-me levar pelos acontecimentos, sem pensar tanto na estabilidade económica. Talvez a culpa de só me sentir feliz e realizado a pintar, seja do stress e ansiedade criados por aqueles empregos! E ainda bem que assim foi!

### **Que desafios ultrapassaste e ainda hoje ultrapassas?**

O primeiro grande desafio foi aquele de que falei na primeira questão - dos velhos do restelo, e o facto de não ter referências artísticas, nem artistas onde morava (e na altura a Internet ainda era uma coisa algo restrita). Eu só tive internet (e computador) aos dezoto anos, já no primeiro ano de faculdade. Ainda assim esses desafios "ambientais" não me fizeram deixar de querer pintar e criar coisas. Portanto acho que neste caso foi mais um desafio mental. Depois durante a vida fui tendo vários desafios em termos pessoais, como toda a gente, uns mais alegres, outros mais deprimentes. Claro que todas essas questões moldam a pessoa, e conseqüentemente o artista, ou quem quer que se proponha viver de qualquer tipo de arte. No meu caso diria que foi a partir dos 26 ou 27 anos, ao decidir que queria ser pintor em regime de full-time, e por essa altura vivendo em Lisboa, com contas mensais obrigatórias e avultadas, passei a trabalhar em vários sítios de maneira a angariar algum dinheiro extra, para o caso desta decisão correr mal. No fundo, para ganhar algum tempo para pensar somente em pintura e tentar que o processo se desenrolasse a partir daí. Neste caso foi um desafio económico.

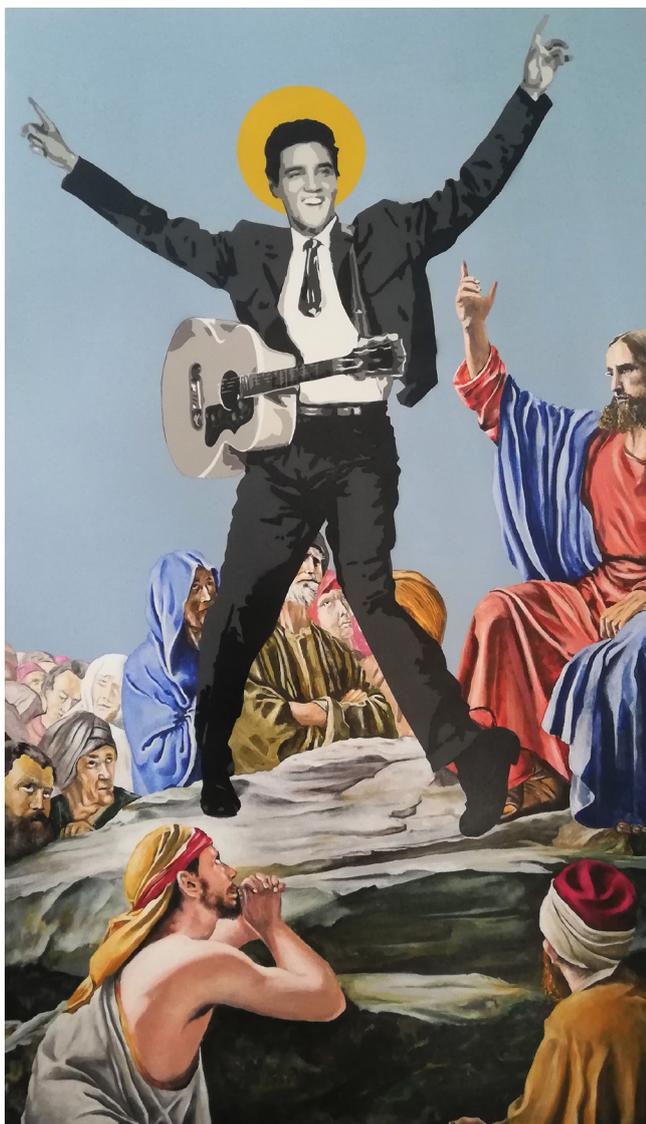
A partir desse momento, passei a deparar-me com outros problemas comuns no universo artístico em Portugal e particularmente em Lisboa. Por um lado, as galerias na altura pareciam lojas, com aqueles ob-

jetos em que temos medo de tocar, sempre vazias e muito sérias! Isto para dizer que na minha vida, só fiz umas dez ou onze exposições em galerias, por não gostar dos espaços em si, da falta de conceitos personalizados e também por achar que os responsáveis pela organização dos eventos não fazem um trabalho de qualidade. Na minha opinião, a cobrança de comissões de 50% ou até mais é uma exorbitância, em particular se considerarmos a frequentemente fraca qualidade e eficácia da organização em convidar o maior número de pessoas possível para o evento. De forma alguma, estes aspetos não são um queixume ou revelam qualquer revolta; penso que cada artista deve perceber o quanto tem de trabalhar para alcançar as suas metas. Uma coisa é certa, para os trabalhos terem qualidade (no sentido em que a peça seja o mais bem executada possível) têm de ser despendidas muitas horas, por vezes muito solitárias. Aconselho um bom sistema de som a todos os artistas! Os desafios são uma boa oportunidade de olharmos pra dentro de nós e percebermos internamente onde é que podemos melhorar mais, tendo em conta a nossa envolvente. Posso ainda referir, por exemplo, que o Instagram revelou-se um excelente meio de desenvolvimento da minha "marca".

### **Fugiste da cidade para a Zambujeira do Mar onde vives atualmente. Que impacto teve essa mudança no teu trabalho?**

É verdade, fugi! É a palavra certa. Fugi de Lisboa há uns três anos porque já estava saturado de lá ter vivido dezassete anos, de forma algo intensa (dos 17 aos 34), o que resultava em não dedicar o tempo e a atenção necessários ao meu trabalho. Ou seja, criava atalhos para resolver problemas que iam surgindo nos trabalhos, facilitava processos, e até a própria conceção das peças era mais vaga e superficial. Portanto, e apesar de três anos não parecerem uma eternidade em termos artísticos, a verdade é que, na minha ótica, o meu trabalho melhorou substancialmente, devido ao tempo e calma que passei a ter para pensar nos projetos, e não ter a ânsia de perceber que está uma cidade a

TERRAS DEL REI, 2020 (ACRÍLIO E SPRAY SOBRE TELA 100CM X 58CM)



acontecer à minha volta e que tenho de participar ativamente nela. Posso dizer que na Zambujeira, a respirar mais e melhor oxigénio, sem tantas distrações e com pessoas a minha volta, trabalho três vezes mais. Mas, adoro Lisboa e sempre adorarei, só para deixar claro. Vou lá todos os meses!

Há quem pergunte como é que na Zambujeira eu faço para expor os trabalhos: ora eu ocasionalmente exponho, apesar de para mim não ser uma questão primordial. Portugal é um país pequeno, portanto há uma grande facilidade nessa questão. Gosto de expor e mostrar trabalhos em sítios "vivos", e com pessoas diferentes todos os dias, como lojas, hotéis ou bares. Ainda assim, as redes sociais são o meu mostruário de eleição.

**Quais as fontes de inspiração para os teus trabalhos?**

É tanta coisa. Nem sei por onde começar! É tudo! O imaginário das pessoas é infinito. Por exemplo, a partir de uma simples audição de um álbum de música ou da compreensão de um filme, surgem centenas ou milhares de sensações, que nos podem levar a ter uma série de ideias, que, por sua vez, podem evoluir e dar origem a peças. Dar um mergulho no mar a mesma coisa. Ver e ouvir entrevistas de pessoas geniais, falar abertamente e sem filtros com outro ser humano, ou jogar uma partida de futebol com amigos, são outros exemplos. No meu trabalho gosto de incluir referências e personagens dos mais variados espectros. Acho que me deixo influenciar pela sociedade moderna e mundana, e apresento aspetos de ultra consumo ou pseudovalores. Obviamente, quem olha para os meus trabalhos verifica que o universo e a cultura pop impera, mas creio que o recrio de uma forma divertida, cómica e caricata, e é frequentemente povoado por figuras icónicas oriundas do cinema, música, pintura, escultura ou até animação, interligados entre si, o que a par de recursos geométricos ou padrões, compõem um complexo mosaico de enredo muito próprio. Gosto de dizer que no meu trabalho não existem verdades absolutas. Gosto de me sentir inspirado por muitas realidades e artistas de diferentes épocas e estilos.

Gosto de me "apoderar" de trabalhos emblemáticos da história da arte, e fundi-los com símbolos e ilustrações contemporâneas e urbanas. Desta colisão de linguagens emergem ambientes artísticos renovados e surpreendentes, com mensagens mais ou menos fraturantes.

Outras vezes, transformo e idealizo as figuras enquanto estrelas de cinema, capas de revista ou mesmo papas. Ou se trata de uma mensagem de influência antiquada da sociedade moderna ou simplesmente de uma amálgama frenética de diversão. Cabe a cada um decidir.

**Qual a parte mais gratificante do teu trabalho?**

Todas as partes têm o seu encanto. Por isso é que adoro despender tempo em todas as fases, desde os pro-

cessos iniciais de desenvolver e maturar as ideias, passando pelo processo intermédio de efetivar a ideia em desenho e simulação digital, e terminando na passagem para a fase de execução na tela. Tenho prazer em perceber que dei o meu melhor em todas as fases do processo. Posso dizer que cada trabalho demora em média entre 15 e 25 dias a executar.

Ainda assim fico especialmente feliz quando, no fim da peça estar finalizada, coloco o spray de fixação da tinta. É a felicidade de ver o trabalho idealizado finalmente terminado, e a excitação de perceber que posso começar a pensar no novo trabalho que vem a seguir, que por norma está já idealizado. É um ciclo interminável! Claro que este ciclo só fica terminado quando vejo os trabalhos espalhados pelas casas dos seus novos proprietários. Isso gera em mim uma gratificação, motivação e felicidade imensas.

### **Nem sempre acordamos inspirados. Como lidas com esses dias?**

Eu não sou o tipo de artista plástico que acorda e vai para uma tela em branco à espera dum "click". Como já referi anteriormente, a realização das minhas peças tem uma idealização e uma montagem gráfica prévias, o que faz com que quando parta para a tela já saiba exatamente onde vou colocar cada figura ou mancha de tinta, seja acrílico, marcadores ou spray. Portanto sempre que acordo e vou para o atelier não tenho bloqueios, e além disso tenho sempre ideias ou semi-ideias prontas a ser executadas. Ainda assim, se acordar e não tiver vontade ou não puder ir trabalhar, é simples, não trabalho. Quando não dá, não vale a pena forçar. Há muitas coisas para fazer fora do atelier. Os meus horários são geridos por mim e cabe-me a mim ser consciente e responsável. Mas não é vulgar passar um dia sem fazer rigorosamente nada. No entanto, se passar vários dias sem fazer nada fico com algum sentimento de culpa e ligeiramente deprimido.

### **"THE BIRTH OF RONALD MCDONALD'S SON" falamos um pouco deste trabalho.**

Este trabalho foi executado em 2021 e enquadra-se

numa série de pinturas que tenho vindo a fazer, tendo como ponto de partida uma pintura clássica icónica e fundindo-a com elementos contemporâneos, criando conjuntos com narrativas insólitas e inesperadas. Neste caso o ponto de partida foi um trabalho chamado "Canção dos Anjos" de Adolphe Bouguereau, artista francês que viveu no século XIX. Nesse trabalho pode ver-se uma composição formada por cinco figuras - três anjos a tocar instrumentos musicais para serenar e adormecer o menino Jesus nos braços de Maria. Na minha peça "THE BIRTH OF RONALD MCDONALD'S SON", decidi usar parte do quinteto de figuras desse trabalho como background angelical, e incluir figuras de um universo completamente diferente, de forma a criar uma história totalmente nova, distinta e em última análise, ridícula. Neste trabalho, o tema é o nascimento do filho do palhaço Ronald McDonald - a mascote da cadeia americana de fast food "McDonald's". A cara do bebé Jesus foi substituída pela cara de um palhaço bebé e adicionei o pai Ronald radiante. Em redor do menino, juntei mais algumas figuras delirantes, oriundas de universos animados como por exemplo o "Cocas, o Sapo" a tocar ele próprio viola! Todo o trabalho é pintado em acrílico com pincel, exceto o Ronald McDonald e o Sapo que são produzidos através da técnica de stencil, em spray, criando um dinamismo muito próprio.

### **Que emoções pretendes despertar na sociedade com os teus trabalhos? Qual é, ou deveria ser, para ti o papel principal da arte?**

O meu primeiro objetivo ao pintar é emocionar-me a mim próprio e procurar fazer obras que me deixem realizado a nível técnico e estético. Ou seja, nos trabalhos não procuro diretamente a validação, nem a satisfação de ninguém. Se isso acontecer tanto melhor, mas não é o meu primeiro objetivo. No entanto, mesmo não sendo esse o objetivo primordial, é óbvio que fico extremamente feliz ao ver pessoas a reagir positivamente aos meus trabalhos.

Negativamente também gosto, desde que devidamente justificado. Mas creio que 99% das reações são

sorrisos, alegria, surpresa, choque (positivo), e boas vibes. Portanto, visto serem estas as sensações que procuro nas peças, fico empolgado por conseguir transmiti-las em igual medida. Acho que ao absorver algum tipo de arte cômica/lúdica na vida, seja pintura, filmes ou objetos, as pessoas ficam em geral mais felizes. E se essa felicidade e desprendimento dos dogmas "evoluir" para uma certa atitude e independência intelectual, melhor.

Num prisma mais filosófico, acho que a arte está li-

gada à nossa condição humana. Ela sempre teve o papel de fazer com que o homem relativizasse e subjetivasse o espaço, tempo e contexto em que se encontrava, o que, provavelmente, o ajudou a evoluir e a desenvolver capacidades que o fizeram viver melhor e mais feliz. Mas estas questões sobre arte são sempre supersubjetivas e dão sempre aso a infindáveis interpretações e pontos de vista, que normalmente terminam em devaneios. Por exemplo, por um lado, considero arte tudo o que existe no mundo, uma vez



THE BIRTH OF RONALD MC DONALD'S SON, 2021 (ACRÍLIO E SPRAY SOBRE TELA 100CM X 100CM)

que tudo faz parte duma existência que ninguém consegue explicar logicamente, por outro lado, algo que provoca uma sensação repugnante e horrível deverá ser considerado arte? Deixo esta consideração no ar, como poderia deixar tantas outras.

Depois há as questões relacionadas com a tecnologia, o contexto, os saberes em que foi produzida, que têm mudado radicalmente ao longo dos séculos e ainda mais nas últimas décadas, nomeadamente com a ascensão das novas tecnologias. No fundo, acho que das minhas poucas certezas neste âmbito é que deve haver um diálogo entre a arte e quem a observa ou usa. Só assim é que ela acontece!

### Que dirias ao Carlos de 16 anos?

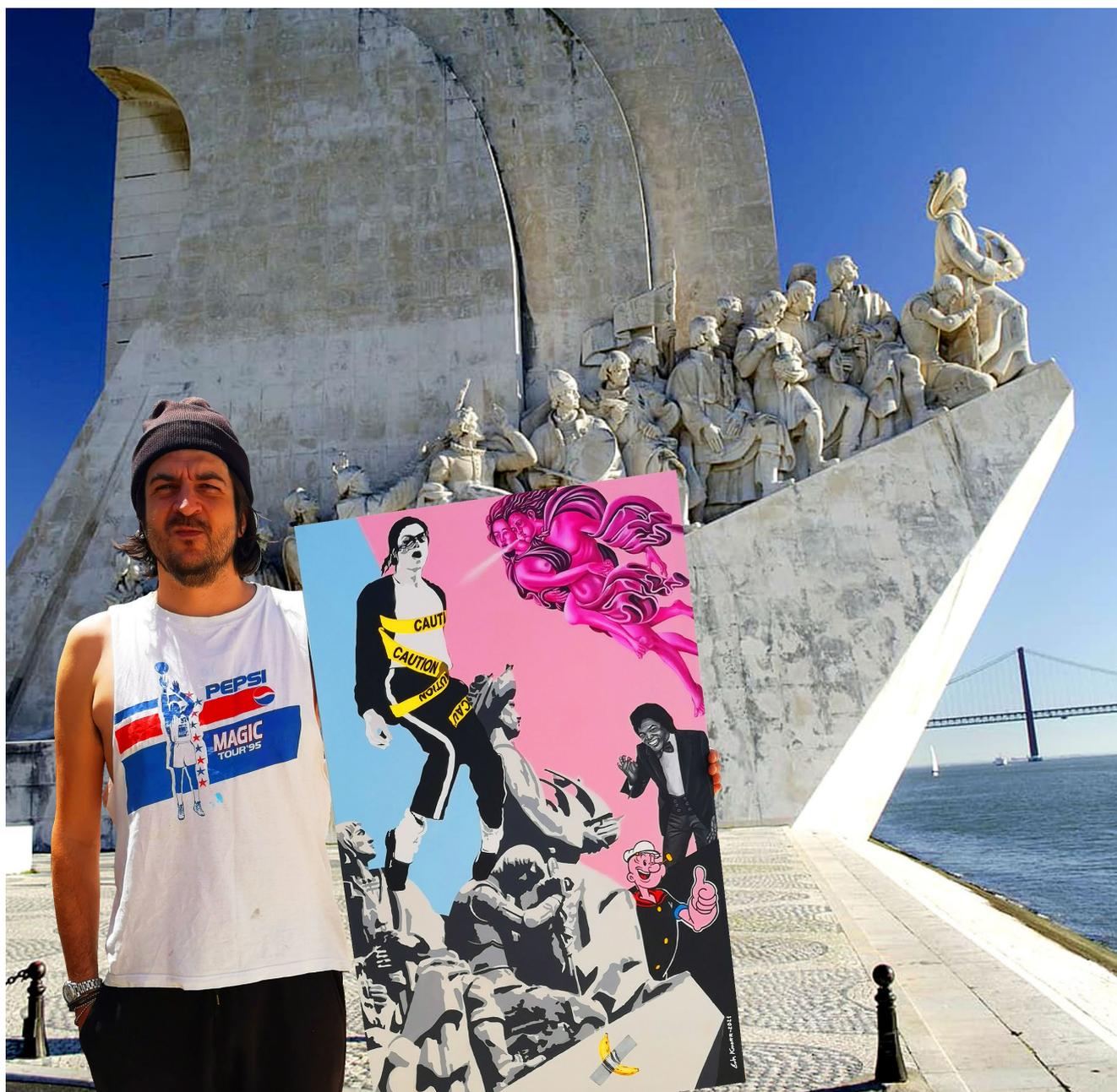
Acho que não tenho moral para dar conselhos a ninguém. Na mesma medida, também não sei se ele estaria disponível para ouvir fosse o que fosse. De qualquer forma, acho que arriscaria dizer-lhe para ouvir todas as pessoas com mais atenção, e pensar menos para dentro.

### CONTACTOS:

[www.instagram.com/carlosknorr.artist](http://www.instagram.com/carlosknorr.artist)

[www.crodriguespaintings.wixsite.com/carlosrodrigues](http://www.crodriguespaintings.wixsite.com/carlosrodrigues)

[carlos29.5@gmail.com](mailto:carlos29.5@gmail.com)



| ENTREGAS 24H | OFERTA TRANSPORTE EM ENCOMENDAS COM VALOR SUPERIOR A €250 |

THE FLORIST  
LUXURY BOUQUETS

FLORES NATURAIS

FLORES PRESERVADAS

PERSONALIZAR

EXPERIÊNCIAS



*"As flores que eternizam  
momentos, das naturais às preservadas  
com a maior frescura e longevidade!"*



*"EM TODO O PAÍS UM BOUQUET  
THE FLORIST!"*



ENTREGAS

EM 24!



theflorist.pt  
@theflorist.pt

# on startups magazine



## Um projeto em expansão

A **On Startups Magazine ANGOLA** nasceu para divulgar o vibrante ecossistema empreendedor angolano. Em formato digital e de edição mensal, a revista tem como propósito dar visibilidade a empreendedores, investidores e startups. Promove, igualmente, incubadoras e aceleradoras, notícias, iniciativas e eventos ligados ao empreendedorismo, partilhando, ainda, em artigos de opinião, o conhecimento de especialistas. A revista caminha para a sua 8ª edição e continua a ganhar cada vez mais espaço, suscitando interesse e curiosidade entre os diversos intervenientes do ecossistema, e não só.

**COM O SEU APOIO,  
VAMOS CONTINUAR  
A CUIDAR COM UM  
SORRISO.**



**MBWAY:**  
93 878 02 02

**NIB:**  
PT50 0010 0000  
5826 6520  
0014 6



# AMAURA

**As influências são várias mas o cunho pessoal na escrita e melodia são características que distinguem AMAURA, tornando-a uma das vozes mais promissoras da música Soul e R&B feita em Portugal.**

**Com um extenso currículo de colaborações que vão desde Sam the Kid a Fred Ferreira, estreou-se a solo em 2019 com “Em Contraste”, disco muito bem recebido pelo público e destacado entre os melhores do ano pela imprensa da especialidade.**

**AMAURA lançou no ano passado o EP “Denso” e tem vindo a apresentar o mesmo ao vivo um pouco por todo o país, enquanto prepara o seu novo longo duração, a ser editado em 2022.**

*ARTISTA*

## **Quando descobriu que a música era o seu caminho?**

Sempre fui aquela miúda que fazia o caminho, por mais curto que fosse, com os fones nos ouvidos. A música esteve sempre no meu caminho, uma companhia constante.

Penso que mais tarde entendi que não só estava no meu caminho como era o meu caminho, tudo de forma natural.

## **Em algum momento questionou a sua carreira?**

Sim, claro! Faço-o mensalmente, ainda que não de forma exaustiva. Penso que é bastante natural e muito positivo. Dessa interrogação por vezes saem ideias

mais focadas, mais objetivas e eu gosto disso!

Até ver, com todas as contrariedades envolvidas, tendo a acreditar que escolhi bem ao optar pela música como carreira profissional.

## **O caminho é muitas vezes penoso para os músicos se afirmarem em Portugal. Como tem sido o processo de "encontrar a sua voz" e reclamar o seu espaço no panorama musical nacional?**

Concordo plenamente que o caminho é penoso. Por vezes, estamos meses a trabalhar em algo, e no final não se concretiza. Além disso, a indústria está um pouco viciada e os próprios artistas já se conformaram; não que as evoluções não sejam bem-vindas

atenção, mas a essência tem que estar lá... No meu caso acho que está, o resto vem com trabalho e boas doses de sorte à mistura.

**Diz-se que "sozinho vamos mais rapidamente, mas juntos vamos mais longe". De que forma o processo colaborativo impulsionou a sua carreira e definiu a Amaura de hoje?**

Os processos colaborativos são ensinamentos para tudo, na minha ótica. Já disse 100 vezes e outras 100 o direi, sem essas experiências todas, não estaria tão certa da minha linha. Aprendi muito com todos, só devo agradecer.

**Estes últimos dois anos foram desafiantes para todos, mas a indústria cultural foi particularmente afetada. Pessoalmente, qual foi o impacto da pandemia nos seus planos?**

Sim, a mim afetou me, como de resto a todos, nas alíneas que já conhecemos: menos palcos, menos público, casas que fecharam de vez etc... Tudo afeta e como é óbvio passa para um nível quase anímico.

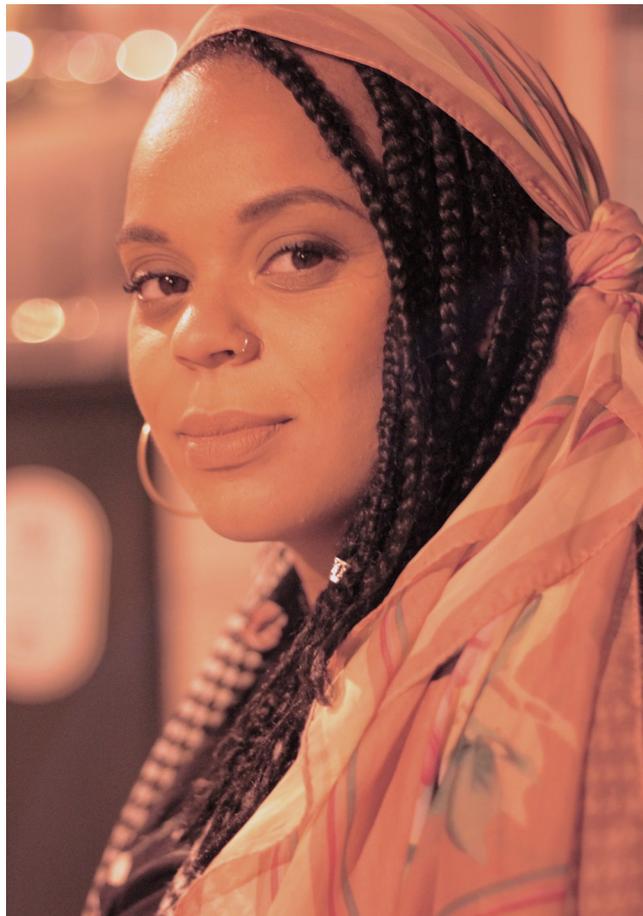
Senti-o na pele, na falta de criatividade que me assolou, contrariamente ao que aconteceu com muitos colegas meus. Só agora começo a sentir-me mais criativa, com a produção do meu segundo álbum, que penso que se traduz num boost energético nestes tempos mais tristes.

**Como foi voltar a pisar os palcos depois deste interregno forçado?**

O regresso aos palcos é sempre uma alegria imensa e atrevo-me a dizer que é uma alegria conjunta! Quem contratar, quem passa o som, quem trata, a banda e eu mesma... São dias bons e esses são os melhores dias, não são? Esperançosa que esse "voltar" se torne uma constante.

**Como Mulher, quais têm sido os maiores desafios durante o seu trajeto?**

Muitas vezes, e até erradamente não dou a minha opinião nestes assuntos, mas chega a um ponto que já



não dá mais para fechar os olhos ou mudar de passeio neste quesito... a desigualdade está lá. E grita! O cachet não é igual e o que mais me toca pessoalmente é o trato e a procura não serem os mesmos...

Se irá mudar a tempo de eu usufruir disso? Não sei, mas certamente farei o que puder para "a próxima que vier". Temos muito mais a ganhar com a igualdade de gênero do que sem ela.

**A vida dos músicos pode ser bastante desgastante e intensa. Como consegue o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal?**

Não consigo... digamos que vamos conseguindo. Trabalho com poucas pessoas de forma direta, pessoas que me conhecem, respeitam e entendem. Logo aí já facilita 80%, os outros 20% são dias de maior incôntância e algumas situações injustas no domínio pessoal. Ainda assim, cada vez mais vou sentindo que consigo melhor esse equilíbrio e vou gerindo os dias com consciência, penso eu.

### O que podemos esperar da Amaura nos próximos anos?

O que eu mesma espero! Muita música, vários lados meus, mas sempre sinceros e com carinho. Sem promessas de espetáculos com pirotecnia, mas com muito amor no que faço sempre.

### Qual é, ou deveria ser, para si o papel principal da música na sociedade?

Acho que há músicos e músicas que deveriam ser lecionadas. Mesmo o papel que a música teve em mim não foge do clichê. A música tem sido uma tábua de salvação. Através dela, viajo sem dinheiro, sinto por interposta pessoa, choro sem estar triste. A música ele-

va-me sem me tocar! O negócio em que a música se tornou devia ser visto como algo muito especial quase como uma segunda natureza nossa até... Isto no mundo da Amaura claro hehehe

### O que diria hoje à Amaura de 14 anos?

A Amaura de 14 anos dir-lhe-ia "sê mais branda contigo mesma. Não tens de agradar a todos e perder tempo com isso" e "estás bem miúda, acredita no processo estás a ir bem." ■



#### AMAURA - DENSO (2020, Mano a Mano)

Após a sua estreia em 2019 com o aclamado "EmContraste", AMAURA lança um novo EP de três temas em formato acústico.

As sessões "Denso" nascem da vontade da artista de fazer algo diferente, com mais instrumentalização, que não dependesse tanto de beats e fosse produzido de raiz com toda a envolvimento e trabalho que essa criação implica. Composto por três músicas com temáticas introspectivas e densas, AMAURA volta a surpreender com a sua voz inconfundível e o registo poético, demarcando a sua posição no futuro da Soul e R&B feita em Portugal.

**Instagram:** @amaura.music

**Facebook:** @amaura.music

**Booking:** Pedro Valente

968 047 538 | pedro.valente@azafama.com

**Management:** Daniel Freitas

927 089 454 | amaura.info@gmail.com



# JOANA PINTO COELHO

**A Banana Split foi idealizada em 2018, mas precisou de uma pandemia para ganhar vida. Surgiu finalmente no início de 2021, com o objetivo de dar cor a um ano tão cinzento. A Banana Split é uma marca que celebra os dias mais leves e luminosos, aqueles em que nos espreguiçamos até ao pôr do sol. A Banana Split ganhou vida este ano e apresento a minha primeira coleção: Pufes, Sacos, Chapéus e Bolsas para levarem convosco tanto no dia-a-dia, como nas tardes passadas na praia, na piscina ou no jardim. No meu pequeno atelier na Baixa lisboeta, tudo é feito com as minhas próprias mãos: o desenho dos padrões, a escolha dos materiais, a costura e as embalagens para expedição e entrega. Que esta primeira coleção seja apenas o início.**

*FUNDADORA, BANANA SPLIT*

**A Joana licenciou-se em Marketing e Publicidade, mas foi na costura que encontrou o seu "verdadeiro amor". Como tudo aconteceu?**

Licenciei-me em Marketing e Publicidade e sempre achei que esse seria o meu caminho. Paralelamente, inscrevi-me em cursos de costura em Lisboa pois achei que precisava de um hobby e sempre tive jeito para as artes manuais. Adorei as aulas e acabei por prolongar as aulas por alguns meses e senti logo na costura uma grande paixão.

Terminado o curso em 2018, voei para Estocolmo, na Suécia onde iniciei um estágio de Marketing numa Startup de Foodtech (área que eu desconhecia). Estaguei durante 6 meses, mas logo percebi que essa área

(e país) não era para mim. Iniciei em 2019 um estágio numa agência de gestão de redes sociais, onde trabalhei durante 1 ano. Durante esse ano, comecei a idealizar a minha marca. Sempre quis ter um projeto só meu e achei que tinha as capacidades técnicas de costura suficientes para montar um negócio. Registei a marca, mas infelizmente não consegui conciliar o trabalho e o novo projeto que acabou por ficar em stand by. Em março de 2020, tal como muitas outras pessoas, fui obrigada a sair da empresa onde estava e foi aí que decidi, finalmente, avançar com a Banana Split.

**Sempre teve esta veia de empreendedora? Ou foi algo que surgiu com a descoberta da paixão pela**



### costura?

Veia de empreendedora não sei, mas sempre tive a cabeça e as ideias muito bem estruturadas e desde que sempre que sou muito organizada e focada. Disseram-me uma vez, que ao criar um negócio, pelo menos um dos sócios da empresa tem de dar 100% à marca e foi ao sair da empresa onde estava que pude de facto focar-me a 100% (seria impossível de outra maneira). Penso que a veia empreendedora surgiu um pouco sim, com a descoberta da paixão pela costura, mas só este ano, já com a marca “montada” é que percebi que sou capaz de sustentar um negócio com pés e cabeça.

### Como surgiu o nome Banana Split?

O meu nome é Joana e quando era mais nova ouvia muito a “lengalenga” Joana Banana e de facto, banana sempre foi a minha fruta preferida haha. Queria um nome fácil de entender em português e noutros idiomas, um nome que as pessoas não perguntassem “como é que isso se escreve”? Daí surgiu o nome Ba-

nana Split - é fácil, divertido e rapidamente associado à célebre sobremesa doce e colorida – que são as duas grandes características da marca.

### Define a marca como colorida e divertida. É assim que a Joana vê a vida?

Sem dúvida. Sou uma pessoa muito alegre. Tento nunca ir dormir com uma preocupação na cabeça (por vezes é difícil) mas vejo a vida com uma ótica sempre otimista e acho que os meus artigos revelam isso mesmo!

### Quais são as suas fontes de inspiração?

Não sei se consigo responder a esta pergunta... Não tenho uma fonte de inspiração, as ideias surgem, anoto e depois tento criar. Seja um padrão, um novo produto, ou uma maneira de otimizar algo.

Quis criar algo diferente, pelo menos no que diz respeito à cor. Tenho visto muitas marcas neutras, que apostam muito no preto, branco e bege e quis sem dúvida fugir a isso e dar mais cor e vida aos meus produtos.

### Qual foi o seu maior desafio até agora?

O meu maior desafio foi o começo. Arranjar a motivação para arrancar com a marca e começar a busca intensa por fornecedores de tecidos, artigos de retro-saria, definir os padrões e avançar, foi extremamente complicado e quase todos os dias acordava e pensava em desistir. A parte burocrática também foi uma dor de cabeça hahaha. Uma pessoa não sabe por onde começar, nem o que fazer, o que se torna muito frustrante. Felizmente tive muita ajuda da minha família e amigos.

### A Joana faz tudo na Banana Split. Desde o design, padrões, costura, marketing, packaging, envios... Como consegue conciliar tudo isto com a vida pessoal e de onde vem toda esta energia?

A energia vem de querer ter um projeto meu bem-sucedido. Sei que é impossível ter sucesso se não se fizer tudo e se não estiver “em cima” de tudo. Por

vezes é difícil, quando surgem muitas encomendas, conseguir dar vazão a tudo. Visto que este ainda é o primeiro ano da marca, muitas das coisas ainda estão pouco automatizadas, por exemplo, os pufes são todos enchidos à mão e é um trabalho impossível de fazer só com uma pessoa, mas felizmente tenho a ajuda do meu namorado. Passei muitas noites até às 3h da manhã a embalar encomendas, mas após algum tempo, acabei por encontrar um ritmo e espero, no futuro, conseguir gerir melhor o tempo e automatizar certas coisas.

**Podemos esperar uma nova coleção Outono/Inverno para animar os dias mais cinzentos?**

Nesta fase, ainda não. É algo que quero sem dúvida explorar, mas estou neste momento a preparar a coleção do próximo ano com tempo. Para o ano, quem sabe :)

**Existe também uma preocupação ambiental e em tornar a marca 100% sustentável. Fale-nos um pouco sobre isso e quais serão os próximos passos nesse sentido.**

Estou a caminhar para tornar a Banana Split numa marca sustentável. O meu primeiro passo é na embalagem: os chapéus, os sacos e as bolsas chegam às vossas casas em caixas reutilizadas e pintadas com as cores da marca.

A maior parte das caixas de encomendas acabam diretamente no lixo. Por isso, pensei: "Porque haveria de comprar caixas de cartão novas e gerar mais desperdício?". Bem sei que não têm o polimento de uma embalagem nova e imaculada, mas a verdade é que o importante é o conteúdo.

No futuro, espero vir a trabalhar com materiais reciclados e tornar a Banana Split numa marca 100% sustentável. Este é o primeiro passo desse compromisso.

**A Banana Split Atelier é 100% online. Tem planos para abrir uma loja física?**

Ainda não tenho planos para abrir uma loja física, mas quero muito!



Até esse dia chegar, estou a trabalhar para conseguir abrir uma sala do atelier para Showroom, para que as pessoas, se assim o desejarem, fiquem a conhecer os produtos fisicamente.

**Onde vê a Banana Split Atelier daqui a 5 anos?**

Daqui a 5 anos espero ter uma loja física, e produtos para todas as estações e não só para verão. Espero já trabalhar com fornecedores de tecidos sustentáveis e ter alguma ajuda na parte das embalagens e entregas.

Espero, claro, ser uma marca bem-sucedida e bem posicionada, já com algumas parcerias interessantes pelo caminho e com uma maior capacidade logística.

**Que conselhos tem para jovens que pretendam ser empreendedores?**

Parece clichê, mas se têm todas as ferramentas ao vosso alcance e a vontade, não hesitem em criar um projeto só vosso, seja ele o que for.



### O que diria à Joana de 14 anos?

Ui...a Joana de 14 anos saiu do 9º ano e foi para a área de Economia em vez de Artes, que sempre foi o seu forte, pois achava que as artes “afunilavam” muito as oportunidades do futuro. Se lhe pudesse dizer alguma coisa, dizia para ouvir os conselhos da sua família e amigos e seguir o que realmente quer e tem jeito, e não o que é suposto...





CATTIER

CHAMPAGNE

CATTIER

— BRUT ROSÉ —  
PREMIER CRU

PROPRIÉTAIRE DE VIGNOBLES DEPUIS 1892  
MAISON FONDÉE EN 1892 - REIMS



# FAUSTO BELLUCCI

**Fausto Bellucci, nasceu em Portugal em 1986, é bailarino, coreógrafo e artista performático radicado em Lisboa. Ele treina extensivamente em Streetdance (hip-hop e funky-Styles). É mais conhecido por ter ganho “Portugal Got Talent”, pela sua participação como concorrente na segunda temporada de “So You Think You Can Dance - Portugal” (2015), e por ser membro da Jukebox Crew.**

**Fausto já se apresentou pela Europa, África e Estados Unidos. Fausto também trabalhou para cinema, TV e publicidade, trabalhando com empresas e artistas como Green Day, Nelly Furtado, Gorillaz, “The Voice” (performance coach e bailarino), MTV Awards, só para citar alguns. Ao longo da sua carreira, e por trabalhar com diversos coreógrafos, experimentou outros estilos, como dança de salão, contemporânea e jazz.**

**Como pessoa criativa, as rotinas de Fausto são uma fusão entre os fundamentos do Locking, o que sai do seu estilo livre, e da musicalidade de cada instrumento.**

*BAILARINO*

## **O que te despertou para a dança?**

Eu nunca tinha pensado em ser bailarino, ou até achado ter jeito para dançar. Foi através de um colega de escola que já dançava, e como não conhecia muito mais pessoas, fui atrás dele para o grupo de dança da escola.

## **Sentiste-te apoiado quando decidiste que era este o caminho que irias seguir?**

Totalmente! Olhando para trás, não tenho memória de alguém alguma vez me tentar dissuadir desta ideia. Sortudo! Mas nem eu sabia que era este o caminho que ia seguir. Foi a seleção natural.

## **Em algum momento pensaste em não viver da dança? Quais foram os teus maiores medos?**

Acho que sempre soube que a minha vida seria a fazer algum tipo de arte, se seria a dança, isso já não sabia. O único receio que poderia ter/tenho, é de não conseguir cumprir com aquilo a que me proponho.

## **Qual a audição que mais te marcou?**

Em Portugal não existe muito a cultura das audições, logo foram poucas as que fiz cá. A mais “difícil” foi uma audição que fui fazer a Berlim, que foi muito complexa quer pelo nível da dança (quantidade/qualidade de estilos de Streetdance), quer pelo talento que existia dentro daquele estúdio, mas foi ótimo por

isso mesmo. Em Portugal, terá sido a audição para o “Achas Que Sabes Dançar?” pelo desgaste físico e psicológico, pois foram 2 dias praticamente sem dormir.

**Em 2015 participaste no “Achas que sabes dançar?”. Como foi essa experiência e o que te trouxe de novo?**

A experiência foi positiva, pois, ter toda uma equipa (Produção, Realização, Guarda Roupas, Hair e Make-up, Coreógrafos, jurados, etc.), a trabalhar em prol de um programa de entretenimento, cujo tema principal é Dança, foi muito gratificante. A maior novidade que o programa me trouxe foi, uma apresentação às Danças de Salão, que feliz ou infelizmente (hahaha), foi o estilo que mais dancei. Obviamente vejo isso como um ponto positivo, pois obrigou-me a aumentar o meu vocabulário de dança.

**Além de bailarino também és professor. Como encontras o equilíbrio entre ensaios, aulas e a vida pessoal?**

Desde o início da pandemia, tenho mais tempo e é mais fácil conciliar tudo, mas mesmo antes, conseguia fazê-lo. Se tivesse disponibilidade de horário, perfeito; se não tivesse, passava o trabalho a quem achasse mais indicado para o fazer.

**Qual é o teu processo para criares uma coreografia? O que te inspira?**

Na maioria dos casos, uma coreografia tem uma música ou musicalidade por trás. É aí que eu me inspiro; na voz, no ritmo, na melodia, na dinâmica dos instrumentos. É essa dinâmica que me inspira. Um contrabaixo tem uma dinâmica diferente de uma trompete, e são estas diferenças que fazem ver as cores de uma coreografia.

**Qual a coreografia que te deu mais gozo criar? Porquê?**

Curiosamente dá mais gozo reproduzir a coreografia do que criá-la, mas se tivesse que escolher seria qualquer uma que tenha dançado com a minha crew, os



Jukebox. É uma energia em palco difícil de explicar. É uma mistura de orgulho e ego, pois são todos tão bons, que não me posso deixar ficar para trás. Não poderia ter melhores pessoas para partilhar um palco.

**Como avalia as oportunidades no mundo da dança em Portugal? Qual o papel que a dança tem ou deveria ter na sociedade?**

Não existem, até as criarmos; no fundo, como em qualquer arte, se bem que de todas, esta é mais efémera, pois dependemos do nosso corpo, e das suas capacidades. Quando eu comecei eram muito poucos os bailarinos de Streetdance a trabalhar no meio comercial (por exemplo), enquanto hoje em dia, já deve ser a maioria. A dança tem um papel importante na nos-

sa sociedade, mas é representada como um hobby, como algo para distrair e mexer o corpo. Acho que a Dança deveria também ser vista com mais seriedade, pois cada dança tem uma razão de existir, tem história, tem técnica, tem cultura, e sinto que às vezes isso passa ao lado, e é vista como “uns maluquinhos que andam aos pinotes”.

**3 conselhos para quem quer iniciar uma carreira no mundo da dança?**

Partindo do princípio de que o treino, o conhecimento dos estilos, e o profissionalismo são óbvios... os meus conselhos seriam: Como, quando e com quem falar.







**CHAISE** *longue*<sup>®</sup>  
Mobiliário | Furniture | Mobilier  
*with you.*

# SM GROUP

IT'S ALL ABOUT **SUCCESS**



O SM Group fundado por Susana Miranda, organizou um evento corporativo, que marca o início dum ciclo de "Talks" de várias temáticas relacionadas com a gestão de empresas e carreiras.

O 1º evento foi realizado exclusivamente com 30 Empresárias e teve como principal objetivo a partilha individual de cada uma das Empresárias, de forma a promover uma aprendizagem mútua com as experiências desenvolvidas ao longo da gestão das suas empresas e marcas, mas acima de tudo, na discussão aberta de métodos e formas de melhoria de sucesso dos negócios e respetivas equipas.

O evento teve oradoras com percursos profissionais de áreas diversificadas - Maria João de Figueiredo, Joana Cruz, Inês Ponte Granha, Ana Rodrigues e Mafalda Almeida - com a moderação a cargo da Susana Miranda.

O evento foi realizado na Quinta do Vale, em Julho de 2021, em parceria com a agência M de Milho e a Tesla Tour VIP Services. Todas as fotos por Bruno Rato.



# I CORPORATE COCKTAIL SUNSET 2021



QUINTA DO VALE, JULHO 2021

NA PRÓXIMA EDIÇÃO



**PAULO BATTISTA**  
Tailor



**CRISTINA VAZ TOMÉ**  
Board Member SIC &  
Impresa (Expresso)



**RICARDO MILHO**  
CEO, M de Milho



**HELENA PATRÍCIO**  
Lawyer and TV Host



**HENRIQUE SÁ PESSOA**  
Chef



**CLARA CELESTINO**  
Country Human  
Resources Manager,  
ESSILOR

career  
**choices**  
By SM  
Group

IT'S ALL ABOUT PEOPLE

# PARTNERSHIPS

## **Bebe W**

www.bebew.pt | +351 961 353 757

## **Bruno Rato Photography**

www.brunorato.com | +351 93 93 257 15

## **Chaise Lounge Furniture**

www.chaiselongue.pt | +351 224 003 141

## **Champagne Cattier**

www.cattier.com/fr | +351 969 822 525

## **Ciphra Consultoria Financeira**

ciphra.pt | +351 212 260 450

## **Cyrus Benéve**

www.instagram.com/serranocarvalho | +351 932 757 580

## **Delma**

www.delma.ch | +351 932 757 580

## **Dj Divenitto**

divenitto.dj@gmail.com | +351 911 886 900

## **Eugénio Campos**

www.eugeniocamposjewels.com | +351 918 212 806

## **El Corte Inglés**

www.elcorteingles.pt | +351 213 711 700

## **Espiral Relojoaria**

www.espiralrelojoaria.com | +351 912 539 155

## **Eleven**

www.restauranteleven.com | +351 213 862 211

## **Giuliano Mazzuoli**

www.giulianomazzuoli.com | +351 912 539 155

## **GCI Comunicação**

www.gci.pt | +351 93 839 16 75

## **Gin Amicis**

amicisgin.com | +351 937 871 210

## **Harpoon**

harpoon.jobs

## **I love Skin**

www.iloveskin.com | +351 212 417 398

## **LEXUS Portugal**

www.lexus.pt | +351 917 892 476

## **M de Milho**

www.mdemilho.pt | +351 211 629 205

## **NuSkin/MissChia**

www.nuskin.com/pt | +351 917 240 232

## **Palhaços DÓpital (Associação)**

www.pdo.pt | +351 912 306 102

## **Prime Talent**

primetalent.pt | +351 912 306 102

## **Rising Group**

risinggroup.pt | +351 932 172 246

## **The Florist**

www.theflorist.pt | +351 912 445 550

## **Vitor Marques & Associados**

www.vm-advogados.com | +351 964 073 538

## **Xerox**

www.xerox.com | +351 800 201 120



**DEIXE A SUA MARCA.**

**WEB DEVELOPMENT  
SOCIAL MEDIA MARKETING  
E-COMMERCE  
EMAIL MARKETING  
DESIGN & BRANDING  
CONSULTORIA**



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