



human no facebook

U page it ler on-line

- Home
- Revista human
- Agenda
- Acções de Formação
- Links
- Contactos
- Directórios
  - > Assessment
  - > Assessoria
    - Jurídico-laboral
  - > Coaching
  - > Consultoria
  - > e-Learning
  - > Executive Search
  - > Formação
  - > Instituições de Ensino
  - > Outplacement
  - > Outsourcing
  - > Recrutamento & Selecção
  - > Saúde e Segurança no Trabalho
  - > Seguros e Fundos de Pensões
  - > Softwares de Gestão
  - > Trabalho Temporário

## Entrevistas

**ANOS ANTERIORES - 2010 -** JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO - SET - OUT - NOV - DEZ - **2011 -** JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO - SET - OUT - NOV - DEZ - **2012 -** JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO - SET - OUT - NOV - DEZ - **2013 -** JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO - SET - OUT - NOV - DEZ - **2014 -** JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO

Alexandra Lopes

«A imagem é uma forma de comunicação.»

**Depois de um percurso profissional de 12 anos na área de Marketing, Alexandra Lopes decidiu avançar com um negócio próprio em Consultoria de Imagem, com o objetivo de «não ser apenas mais uma consultora de imagem» e «contribuir para que as pessoas se sintam melhor consigo próprias». A sua função passa não só por aconselhar a roupa mais adequada ou as cores que ficam melhor a cada um, mas também por prestar serviço de aconselhamento. A imagem, diz, «é uma forma de comunicação».**

Por António Manuel Venda



### O seu negócio está ligado a comunicação e imagem? Como o criou e com que objetivos?

A imagem é uma forma de comunicação e o grande objetivo da consultoria neste âmbito é otimizar a imagem de cada indivíduo num contexto pessoal e também empresarial. Após investir em formação na área da consultoria de imagem, lancei este negócio com o grande objetivo de ajudar as pessoas a sentirem-se mais confiantes e com maior autoestima. É também um fator diferenciador no mercado de trabalho, pois a imagem começa a assumir-se como sendo uma variável competitiva e diferenciadora num mercado em que maior parte dos profissionais têm qualificações e experiências semelhantes.

### O que colheu para esse negócio do seu percurso profissional?

O meu percurso profissional focou-se essencialmente na área de Marketing, tendo assumido funções de gestora de 'marketing' e produto em diversos sectores, com maior destaque temporal para o sector da Banca. Quer o meu percurso profissional, quer a minha formação académica em gestão e a especialização em 'marketing management' foram fundamentais para enveredar pela criação de um negócio próprio na área da Consultoria de Imagem. A aposta neste negócio foi preparada ao longo de cerca de um ano, em que toda a experiência profissional que adquiri ao longo de quase 12 anos deu-me a maturidade e a confiança necessária para avançar com este grande desafio. Estou convicta de que o 'timing' é mais do que certo.

### Como olha agora para esse percurso?

Olho para todo o meu percurso com muito orgulho e sem qualquer tipo de arrependimento. Sou da opinião de que todas as experiências são válidas e aprendemos sempre algo com elas. Para chegar aonde estou hoje, tive que percorrer esse caminho e se pudesse mudar alguma coisa simplesmente mantinha tudo igual.

### Que componente de inovação destaca no seu negócio?

Mais do que destacar uma componente de inovação, destaco a forma inovadora de comunicação e direcionamento do negócio. Não pretendo ser apenas mais uma consultora de imagem nem fazer mais do mesmo. Muito mais importante do que estar na moda é sentimo-nos bem connosco próprios. Gostamos de nós, sentimo-nos confiantes e temos uma boa autoestima são fatores extremamente importantes para termos uma boa imagem. Se gostamos de nós, com toda a certeza os outros também vão gostar. Optei por apostar na consultoria de imagem porque quero contribuir para que as pessoas se sintam melhor consigo próprias. A minha missão não é só aconselhar a roupa mais adequada ou as cores que ficam melhor a cada uma. Também presto serviços de aconselhamento de maquilhagem e cabelos e, se necessário, encaminho os meus clientes para outros profissionais em quem confio e recomendo, como por exemplo dentista, 'personal trainer', nutricionista ou outro que faça sentido incluir no processo de mudança e otimização da imagem.

Mais do que ter em atenção as últimas tendências, é fundamental respeitar os gostos e o estilo pessoal de cada um, assim como o contexto profissional em que se insere ou pretende inserir-se no futuro.

### Qual o mercado que mais privilegia?

O meu negócio está direcionado para o mercado individual e para o empresarial, pois são mercados com bastante potencial, muito diferentes e, por isso mesmo, muito desafiadores. É muito difícil para mim privilegiar um mercado em detrimento do outro, pois são complementares e motivam-me para crescer enquanto consultora de imagem e adquirir cada vez mais experiência e conhecimentos.

### Como se sente com um negócio próprio num país como Portugal e nos tempos que vivemos?

Considero os momentos mais adversos como oportunidades. É crucial agarrar todas as oportunidades, acreditar e arriscar. O conformismo é o inimigo número um do sucesso. E como nunca fui pessoa de ficar sentada à espera de que as coisas melhorassem, luto pelo que quero e não desisto à primeira contrariedade – nem à vigésima... Há que ser positivo, ter iniciativa e não esperar que algo de bom aconteça nas nossas vidas. Nós é que temos que fazer acontecer.

### Acha que há um ambiente que se possa considerar amigo dos empreendedores?

Todos os ambientes são amigos dos empreendedores, desde que eles sejam amigos deles próprios.

### Gosta do conceito de empreendedor ou não lhe dá assim tanta importância? Pode por vezes parecer uma moda?

Gosto desse conceito, não só para o contexto profissional mas principalmente para a vida em geral. Há que ser empreendedor



na vida, ter iniciativa, levar as ideias para a frente e concretizá-las, passar da teoria para a prática. Simplesmente falar menos e fazer mais. Felizmente em toda a História já tivemos vários exemplos de grandes empreendedores e vamos com certeza continuar a ter. Mais do que uma moda, empreender é uma atitude.

**Como olha para o mundo do trabalho hoje em dia em Portugal?**

Olho com um misto de tristeza e esperança. Não está nada fácil, mas acredito que ainda é possível fazer algo por este país, e neste país. E a prova disso é ter começado do zero num negócio próprio numa área que ainda é desconhecida por bastantes pessoas em Portugal. Iniciar um negócio é por si só um grande desafio, ainda mais na atual conjuntura. Mas a verdade é que sempre gostei de desafios, e é isso que me faz sentir viva. Se esta aposta correr bem, ótimo. Se não, terei muita pena mas partirei para um novo desafio. Parar é morrer.

**Num tempo de grande pressão pelo emprego, de que forma a consultoria de imagem poderá ter um papel diferenciador no mercado de trabalho?**

Como a procura de emprego é bastante superior à oferta, os requisitos para uma vaga de emprego são cada vez mais escarpados e os candidatos, por sua vez, estão cada vez mais qualificados. A consultoria de imagem assume assim um papel diferenciador no mercado de trabalho, pois proporciona ferramentas para os candidatos projetarem uma imagem adequada à vaga de emprego à qual se candidatam, não só em termos de 'dress code' empresarial mas também ao nível de etiqueta empresarial e da linguagem corporal. Em cargos de liderança, em que é importante transmitir confiança, credibilidade e assertividade, também assume um papel muito importante, proporcionando um acompanhamento personalizado aos profissionais que queiram ser bem sucedidos nas suas carreiras.

**Como vê a postura das nossas empresas no mercado neste âmbito? De que forma poderá contribuir para otimizar essa postura?**

Dada a atual conjuntura económica e política do nosso país, as empresas estão mais seletivas na aplicação dos seus recursos, priorizando a sua aplicação e reduzindo assim ao máximo os seus custos. Como tal, a postura das nossas empresas no mercado é passiva, não dando a adequada importância à imagem dos seus colaboradores, principalmente ao nível do 'front office' e da força de vendas, em que é imperativo um 'dress code' adequado. Muitas empresas apresentam ainda um 'dress code' antiquado e desatualizado, nalguns casos completamente desenquadrados dos seus atuais valores e/ou da identidade corporativa. Uma vez que o meu trabalho de consultoria de imagem também se aplica em contexto empresarial, poderei contribuir através de consultoria, ações de formação ou 'workshops' nas empresas que pretendam incrementar o compromisso e o desempenho dos colaboradores, otimizar a sua reputação junto dos clientes, potenciar as vendas e projetar para o exterior uma imagem dinâmica e de confiança.

[<< Retroceder](#)

01/08/14

**ANOS ANTERIORES** - 2010 - JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO - SET - OUT - NOV - DEZ - 2011 - JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO - SET - OUT - NOV - DEZ - 2012 - JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO - SET - OUT - NOV - DEZ - 2013 - JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO - SET - OUT - NOV - DEZ - 2014 - JAN - FEV - MAR - ABR - MAI - JUN - JUL - AGO