

4 Opinião

• O Futuro da Universidade

6 Editorial

7 Agenda

7 Notícias

• Governar com inteligência artificial



8 Notícias

- Instituições nacionais de estatística como intermediários de confiança emergentes na governança de dados
- Perspetivas Regionais de Plásticos para o Sudeste e Leste Asiático | OCDE



10 Inovação

• Inovação - Concorrência

Criatividade: o Motor Invisível que Transforma Ideias em Realidade



HELENA V. G. NAVAS
Professora da Universidade Nova de Lisboa,
Investigadora do UNIDEMI, Especialista em
Inovação Sistemática e TRIZ

Em tempos de mudança acelerada, falar de criatividade deixou de ser um luxo reservado a artistas ou inventores. Hoje, ser criativo é quase uma exigência: nas empresas, nas escolas e até na vida pessoal. Mas afinal, o que significa ser criativo e porque é que esta capacidade ganhou tanto protagonismo no século XXI?

A criatividade é, muitas vezes, descrita

como a capacidade de gerar ideias novas, originais e úteis. Embora frequentemente associada às artes, ela está presente em todas as áreas da vida: da ciência à tecnologia, da educação à gestão, da resolução de problemas quotidianos à capacidade de imaginar futuros possíveis. Mais do que um talento inato, a criatividade é um recurso humano universal, que pode ser estimulado, desenvolvido e aplicado de múltiplas formas.

O que é ser criativo?
É mais do que “ter boas ideias”

Ser criativo não significa apenas “ter boas ideias”, mas também ser capaz de transformar essas ideias em algo concreto e relevante. A criatividade envolve três dimensões principais:

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

imaginação, inovação e execução. A imaginação é o ponto de partida, onde surgem associações inesperadas e possibilidades inéditas. A inovação consiste em dar forma a essas ideias, introduzindo algo de novo num determinado contexto. Por fim, a execução é a capacidade de materializar esse processo, tornando-o útil ou significativo para os outros.

Muitas vezes, associa-se a criatividade à inspiração súbita, ao famoso “eureka” que surge de repente. No entanto, especialistas sublinham que ser criativo não é apenas gerar ideias originais, mas conseguir transformá-las em soluções úteis e significativas. A imaginação é apenas o primeiro passo; depois, é preciso inovar e, por fim, executar.

Assim, um cientista que desenvolve uma nova teoria, um professor que cria uma forma original de motivar a turma, um cozinheiro que mistura sabores improváveis, um engenheiro que projeta uma tecnologia sustentável ou um empresário que cria um modelo de negócio inovador, são todos exemplos de criatividade aplicada, estão todos a exercer criatividade – cada um no seu campo.

A sociedade contemporânea precisa de mentes criativas

Vivemos numa era marcada pela velocidade da informação, pela automação e pela constante transformação tecnológica. Nesse cenário, a criatividade assume um papel central. Já não basta reproduzir conhecimento: é necessário reinventá-lo, adaptá-lo e encontrar soluções novas para desafios complexos, como as alterações climáticas ou a digitalização da economia.

As respostas tradicionais já não chegam. A inteligência artificial ou a crise climática são desafios que exigem abordagens diferentes. E é aqui que a criatividade se torna indispensável.

As empresas, por exemplo, valorizam

Os alunos de hoje terão de trabalhar em profissões que ainda nem sequer existem, e a criatividade é vista como uma das competências mais valiosas para enfrentar esse futuro incerto.

e procuram cada vez mais profissionais capazes de pensar “fora da caixa”, de propor alternativas e de lidar com a incerteza. O mesmo acontece na educação: a criatividade é reconhecida como uma competência-chave do século XXI, ao lado do pensamento crítico, da colaboração e da literacia digital. Os alunos de hoje terão de trabalhar em profissões que ainda nem sequer existem, e a criatividade é vista como uma das competências mais valiosas para enfrentar esse futuro incerto.

A nível individual, ser criativo também traz benefícios claros. Estimula a au-

toconfiança, melhora a capacidade de adaptação e até contribui para o bem-estar emocional. Não é por acaso que tantas pessoas encontram, nas artes ou no simples ato de escrever ou cozinhar, uma forma de aliviar o stress e de se sentirem mais realizadas.

Pode a criatividade ser treinada? Como desenvolver a criatividade?

Ao contrário do que muitos acreditam, não é preciso nascer “com jeito” para ser criativo. Vários estudos mostram que esta é uma competência que se pode desenvolver e treinar. A criatividade pode ser cultivada através de práticas e atitudes específicas. Entre as estratégias mais eficazes, destacam-se:

- 1. Curiosidade constante** – cultivar a curiosidade, procurar ambientes estimulantes, aceitar o erro como parte do processo, reservar tempo para pensar e colaborar com outras pessoas, questionar, explorar e procurar compreender diferentes perspetivas.



INOVAÇÃO

& empreendedorismo



2. Ambiente estimulante – procurar ambientes estimulantes, rodear-se de diversidade cultural, artística e intelectual.

3. Aceitação do erro – aceitar o erro como parte do processo, encarar as falhas como oportunidades de aprendizagem e não como fracassos.

4. Tempo para refletir – permitir momentos de pausa e “ócio criativo”, essenciais para o surgimento de novas ideias; as pausas em que parece que não se está a fazer nada são, muitas vezes, os momentos em que surgem as melhores ideias.

5. Colaboração – trabalhar em grupo, partilhar pontos de vista e criar em conjunto potencia soluções mais ricas e inovadoras.

A prática artística, a leitura, a escrita, os jogos de improviso e a experimentação em diferentes áreas do conhecimento são igualmente formas de alimentar a imaginação e de fortalecer a confiança criativa.

Criatividade à portuguesa

Em Portugal, como em qualquer outro país, a criatividade está intrinse-

Num mundo em constante transformação, a criatividade não é apenas uma mais-valia: é uma necessidade.

camente ligada à cultura. Ao mesmo tempo, a criatividade é também uma ferramenta de preservação cultural. A capacidade de reinterpretar o passado e de o ligar ao presente permite manter vivas práticas e valores que definem a identidade coletiva.

Portugal tem dado provas de que sabe conjugar tradição e inovação. Do design à gastronomia, passando pela música ou pelo cinema, a criatividade nacional tem ganho reconhecimento além-fronteiras.

Lisboa e o Porto afirmam-se como polos de inovação artística e tecnológica, tornando-se polos de atração de artistas e empreendedores internacionais, enquanto preservam práticas culturais que fazem parte da identidade do país. A reinvenção do fado, a fusão da cozinha tradicional com tendências modernas ou o dinamismo das indústrias criativas mostram como a criatividade portuguesa se reinventa constantemente.

O futuro pede reinvenção

A criatividade é, portanto, mais do que uma qualidade individual: é um motor de desenvolvimento social, económico e cultural. Estimula a inovação, fortalece a capacidade de adaptação e abre caminho para soluções que respondem às exigências do presente e às incertezas do futuro. Ser criativo é arriscar imaginar o que ainda não existe e ter a coragem de o tornar realidade.

Num mundo em constante transformação, a criatividade não é apenas uma mais-valia: é uma necessidade. Permite imaginar alternativas, abrir caminhos inesperados e encontrar soluções para problemas que parecem impossíveis.

Mais do que uma competência profissional, é também uma forma de viver – de olhar para o quotidiano com curiosidade, de aceitar os desafios com espírito inovador e de acreditar que é possível transformar ideias em realidade.

E se há algo que a história prova, é que sempre que a humanidade ousou ser criativa, conseguiu avançar. Talvez o segredo esteja mesmo aqui: reinventar-se continuamente, com a força invisível, mas poderosa da criatividade. ■

O Futuro da Universidade



FRANCISCO JAIME QUESADO
Economista e Gestor

A Universidade tem que mudar de forma drástica em Portugal. Nestes tempos incertos e complexos, em que a competição é cada vez maior, a Universidade tem que se reinventar e estabelecer uma nova agenda na sociedade portuguesa. A Universidade tem que saber protagonizar a sua própria mudança num tempo novo e num mundo mais complexo.

A Universidade não pode ficar à espera. Precisamos de uma Nova Universidade capaz de perturbar o sistema e que se assuma como uma verdadeira Universidade Nova como plataforma de geração de conhecimento com valor para a economia e sociedade.

Um Novo Compromisso

A Universidade tem que se assumir como o ponto de partida e de chegada de uma nova dimensão da competitividade no país. Assumido o compromisso estratégico da aposta na inovação e conhecimento, estabilizada a ideia coletiva de fazer do valor e criatividade a chave da inserção das empresas, produtos e serviços no mercado global, compete à Universidade a tarefa maior de saber protagonizar o papel simultâneo de ator indutor da mudança e agregador de tendências. Ou seja. Há um ponto de partida na



necessidade da Universidade vir ao mercado libertar conhecimento aproveitável na consolidação de valor, mas há também um ponto de chegada no estatuto da Universidade como ator socialmente reconhecido na mudança necessária.

A Universidade tem que se assumir em Portugal como um ator global, capaz de transportar para a nossa matriz social a dinâmica imparável do conhecimento e de o transformar em ativo transacionável indutor da criação de riqueza.

A Universidade tem que se assumir em Portugal como um ator global, capaz de transportar para a nossa matriz social a dinâmica imparável do conhecimento e de o transformar em ativo transacionável indutor da criação de riqueza. Para isso, a Universidade tem que claramente, no quadro dum processo de reorganização interna em curso, que assumir na sua plenitude a pertinência duma aposta consolidada nos três T que configuram a sua distinção estratégica – Tecnologia, Talentos e Tolerância. São estas as variáveis em que a Universidade, no seu processo de reorganização estratégica, deverá claramente apostar, fazendo delas o motor da reafirmação do seu papel no seio do país.

A Universidade, como ator global responsável pela mudança no país, não

www.vidaeconomica.pt

VidaEconómica

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

se pode confinar a um mero estabelecimento administrativo de especialização técnica. Tem que fazer convergir efetivamente sobre si a capacidade de, através duma aposta cruzada permanente entre o conhecimento e a cultura, ser responsável pela formação de verdadeiros cidadãos globais, os tais de que o país precisa para afirmar a sua dimensão estratégica e competitiva a nível internacional. Quem está e quem sai da Universidade tem que dominar de forma ativa o capital comum do conhecimento e da cultura como peças centrais da formação de cidadãos capazes de atuar com segurança e criatividade num mundo em permanente mudança.

A reorganização da Universidade é um desafio à capacidade de mudança do país. Porque a Universidade é um elemento central decisivo na nossa matriz social, o sucesso com que a Universidade assumir este novo desafio que tem pela frente será também em grande medida o sucesso com que a região será capaz de enfrentar os exigentes compromissos da globalização e do conhecimento. A Universidade tem que assumir dimensão global ao nível da geração de conhecimento, valor, mas também de imposição de padrões sociais e culturais. A Universidade tem que ser o grande ator da mudança que se quer para Portugal.

Os outros atores

O Estado e as Empresas têm também um papel importante nesta agenda. A gestão de expectativas é hoje fundamental e quando se começaram a agudizar os sinais de falta de controlo na gestão operacional das contas públicas criou-se o imperativo da necessidade da intervenção. O Estado assumiu a condução do processo, para evitar a contaminação do sistema e a geração de riscos sistémicos com consequências incontroláveis, mas as dúvidas mantiveram-se em muitos quanto à existência de soluções alternativas

mais condicentes com o funcionamento das regras do mercado. A cooperação institucional implica hoje um novo contrato de confiança entre os diferentes atores económicos e sociais e só com uma verdadeira mobilização e

A reorganização da Universidade é um desafio à capacidade de mudança do país. Porque a Universidade é um elemento central decisivo na nossa matriz social.

participação se conseguirão resultados concretos.

Este novo está a ser particularmente relevante para Portugal. Está em cima da mesa, no contexto da consolidação do processo de integração europeia, a capacidade de o nosso país conseguir efetivamente apresentar um modelo de desenvolvimento estratégico sustentado para o futuro. Num tempo em que o Mundo enfrenta grandes desafios estratégicos, também em Portugal sinais inequívocos de mudança têm que

A nova geração que ganhou dimensão global através da força dos instrumentos da sociedade da informação acredita na felicidade e na justiça humana

ser dados. Em tempo de crise, os casos recentes que vieram a lume vieram uma vez mais demonstrar que existe no nosso país uma minoria silenciosa que de há anos a esta parte mantém o status quo do sistema paralisado e a

pretexto de falsas dinâmicas de renovação social e reconversão económica tenta reencontrar o caminho do futuro com as mesmas soluções do passado impensáveis num contexto de mudança como aquele que vivemos.

As perguntas que as pessoas lançam, a propósito da intervenção do Estado num contexto de crise em tempo de globalização, correspondem sem dúvida a um sentimento coletivo de uma nova geração que cresceu e amadureceu numa sociedade aberta onde a força das ideias é central para o desenvolvimento da responsabilidade individual num quadro colectivo. A nova geração que ganhou dimensão global através da força dos instrumentos da sociedade da informação acredita na felicidade e na justiça humana mas à custa duma adequada aposta na criatividade individual e no reconhecimento do mérito na criação de valor.

Há que fazer por isso opções. Opções claras em termos operacionais no sentido de agilizar a máquina processual e através dos mecanismos da eficiência e produtividade garantir estabilidade e confiança em todos os que sustentam o tecido social. Opções claras em torno dum modelo objectivo de compromisso entre governação qualificada central, geradora de dimensão estabilizadora e indução de riqueza territorial através da participação inovadora dos atores sociais. Opções assumidas na capacidade de projetar no futuro uma lógica de intervenção central que não se cinja ao papel clássico de correção *in extremis* das deficiências endémicas do sistema.

A universidade deve também ser um operador de confiança. Sem confiança, os cidadãos não se mobilizam para o futuro nem as instituições são capazes de protagonizar a sua própria mudança. Nunca tanto como agora a confiança é vital e também na universidade precisamos de uma agenda de mudança que mobilize a comunidade para um sentido de ambição com valor para a sociedade. ■

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

EDITORIAL

Inovar com Criatividade, Confiança e Responsabilidade

Esta edição da nossa newsletter mostra como a inovação só cumpre o seu papel transformador quando é alimentada pela criatividade, pela confiança e por uma visão responsável do futuro.

Helena V. G. Navas lembra-nos que a criatividade não é apenas inspiração repentina, mas um processo que envolve imaginação, inovação e execução. Num mundo em constante mudança, esta capacidade de transformar ideias em soluções concretas tornou-se essencial para empresas, escolas e cidadãos.

Francisco Jaime Quesado sublinha

o papel decisivo da Universidade na sociedade portuguesa. Mais do que espaço de ensino, deve assumir-se como ator global, motor de conhecimento e centro de talentos, capaz de formar cidadãos preparados para enfrentar os desafios da globalização e da digitalização.

Também no plano da governação e das políticas públicas, a inovação tecnológica e os dados surgem como instrumentos fundamentais. A inteligência artificial oferece um enorme potencial para melhorar serviços públicos, mas exige regulação e ética. Do mesmo modo, os institutos nacionais de estatística afirmam-se como intermediários de confiança, garantindo a fiabilidade necessária para políticas baseadas em evidências.

A nível internacional, a OCDE chama a atenção para a urgência de en-

frentar a poluição dos plásticos no Sudeste e Leste Asiático, uma responsabilidade que transcende fronteiras e reforça a necessidade de soluções colaborativas e ambiciosas.

Por fim, Luís Archer recorda-nos que a concorrência saudável é um estímulo indispensável para inovar. Não basta falar de mudança: é preciso aplicá-la, assumir riscos e executar com qualidade e diferenciação.

Este número deixa-nos uma mensagem inequívoca: criatividade, conhecimento e responsabilidade são os pilares para construir organizações e sociedades mais competitivas, sustentáveis e resilientes.

Desejamos-lhe uma boa leitura — e que estas reflexões sejam fonte de inspiração para agir e transformar.

Jorge Oliveira Teixeira ■



Novidade

VidaEconómica

Mais do que um livro técnico, o livro "Transformação no e-Commerce: do Presente ao Futuro" é um guia provocador e visionário para gestores que lideram (ou querem liderar) a nova era do comércio digital.

Com uma abordagem estratégica e tática, desconstrói conceitos ultrapassados, revela tendências que já moldam o mercado e oferece uma forma de pensamento prático para antecipar o que vem a seguir.

Essencial para quem não quer apenas acompanhar a transformação - mas conduzi-la.

Compre já em <https://www.grupovidaeconomica.pt/pt-pt/livraria-online>
ou encomendas@grupovidaeconomica.pt

www.vidaeconomica.pt

VidaEconómica

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

AGENDA

Outubro 2025



- **22** The 9th International Conference on Engineering Technology and Innovation (ICETI 2025)
Sarajevo, Bosnia Herzegovina
online e presencial



- **25** Paris Summit on Digital Transformation, Innovation, and Inclusive Growth (DII-25)
Paris, França presencial

Novembro 2025

- **04** Insurance Innovators Summit 2025 | 4-5 November | Business Design Centre, London
Londres, Reino Unido Presencial



- **20** 3rd Global Advances in Management and Entrepreneurship - GAME Conference
Viena, Austria online e presencial

- **24** Artificial Intelligence and Environmental, Social, and Governance (ESG) Issues: Tensions, Synergies, and Transformations
Paris, França online e presencial

Divulgue os seus eventos relacionados
com Inovação e empreendedorismo
Contacte-nos!



► Governar com inteligência artificial

A IA oferece um enorme potencial de utilização pelos governos. Ela ajuda os governos a automatizar e personalizar os serviços públicos, melhorar a tomada de decisões, detetar fraudes e enriquecer o trabalho e a aprendizagem dos funcionários públicos. No entanto, os benefícios também dependem da gestão dos riscos: dados distorcidos nos sistemas de IA podem causar más decisões; a falta de transparência corrói a responsabilidade e a dependência excessiva pode ampliar as divisões digitais e propagar erros, reduzindo a confiança dos cidadãos. Essas compensações precisam levar em conta os desafios específicos dos governos, onde a adoção fica atrás de algumas empresas do setor privado, retardada por lacunas de competências, sistemas de TI legados, dados limitados, or-

çamentos apertados e necessidades mais rigorosas de privacidade, transparência e representação. ■



Governing with Artificial Intelligence

The State of Play and Way Forward in Core Government Functions



12-16 January 2026
1-5pm

Central European Time

ICB COURSE IN ETHICS AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

SAVE THE DATE

Course Director: Rolf Nurns, MEd, PhD, Head of the International Chair in Bioethics
Delivery of Certificate of attendance

WORLD CHAIR IN ETHICS
World Commission on Bioethics

Rolf Nurns

FM UP

► Instituições nacionais de estatística como intermediários de confiança emergentes na governança de dados

A crescente procura por dados de alta qualidade para informar políticas e permitir inteligência artificial confiável aumentou a relevância de intermediários de dados confiáveis (TDIs). Os institutos nacionais de estatística (INEs) estão posicionados de forma única para servir como TDIs, dados seus mandatos e confiança pública. Este artigo examina as práticas em 16 INE e conclui que muitos estão se expandindo além de suas atribuições tradicionais para facilitar o compartilhamento de dados entre administrações públicas, pesquisadores e, em



alguns casos, atores privados. Essas instituições empregam proteções robustas de confidencialidade e privacidade, adotam tecnologias de aprimoramento de privacidade (PETs) e operam ambientes de pesquisa seguros. Mecanismos de supervisão, construção de confiança e recursos adequados são essenciais para que os INE tenham sucesso neste papel em evolução. A análise destaca a importância dos INE como atores emergentes nos ecossistemas de dados para apoiar a formulação de políticas baseadas em evidências e o desenvolvimento responsável da IA. Também ressalta a necessidade de recursos e apoio adicionais para garantir que os INE possam assumir essas funções em expansão. ■

► Perspetivas Regionais de Plásticos para o Sudeste e Leste Asiático | OCDE

O Sudeste e o Leste Asiático desempenham um papel fundamental nos esforços globais para acabar com a poluição por plásticos. Os países da ASEAN Mais Três estão no centro desta região, representados pelos 10 Estados-Membros da Associação das Nações do Sudeste Asiático, pelo Japão, pela Coreia e pela República Popular da China (a seguir designada por "China"). Nas últimas



décadas, esta região tornou-se um foco de poluição por plásticos, o que sublinha a necessidade de medidas adicionais para resolver este importante problema, proteger os meios de subsistência e salvaguardar a saúde do planeta. O Perspectivas Regionais de Plásticos para o Sudeste e Leste Asiático fornece um roteiro para apoiar a conceção e implementação de políticas de plástico na região. ■

33 milhões de toneladas

de resíduos plásticos mal geridos produzidos nesta região em 2022

56 milhões de toneladas

de resíduos plásticos mal geridos produzidos nesta região até 2050

97% de redução

de resíduos plásticos mal geridos produzidos nesta região até 2050 através de políticas ambiciosas

LIGAMOS A INOVAÇÃO À GESTÃO DA SUA EMPRESA



Inovação

Transformação Digital i 4.0

Clean Energy - Economia Circular

Projetos de Investimento – Incentivos

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

Inovação - Concorrência



LUÍS ARCHER | Consultor
luisarcher17@gmail.com

A concorrência incentiva e possibilita a inovação, o desenvolvimento, a constante aprendizagem o esforço extra e a necessidade de diferenciação.

Assim, as organizações mais sagazes a antecipar a mudança e a inovar são aquelas que conseguem melhores posicionamentos e resultados no mercado.

Por isso, inovação entende-se como evidentes avanços ocorridos em produtos e/ou serviços, resultantes de sucessivos avanços ao longo do tempo (inovação incremental), ou de avanços maiores, mas mais arriscados (inovação radical).

A inovação não se esgota, nem pode esgotar-se, apenas nos produtos e serviços colocados à disposição dos

interessados. A inovação pode, e deve ser sobretudo, um modo de fazer diferente um determinado processo ou operação. Fazer diferente porque mais rápido. Fazer diferente porque mais barato. Fazer diferente porque mais eficiente. Todavia, e não raras vezes, a discussão centra-se mais no tipo (produto, processo, etc.) e grau (radical ou incremental) de inovação mais adequado.

Se o objetivo é procurar vantagens competitivas para a organização, a resposta está na inovação e não em salários baixos, ou em subsídios circunstanciais, que poderão ajudar, mas não resolvem os problemas, apenas os adiam. Assim, e tendo em conta que o presente é global e a inovação é central os motivos para uma mudança organizacional passarão por mais inovação com capacidade para explorar com sucesso novas ideias e mais agilidade com capacidade de reagir

de uma forma mais rápida às mudanças na concorrência e na dinâmica do mercado.

Todavia, é preciso saber ultrapassar um estado de cultura que privilegia a segurança e o conformismo, em detrimento do espírito de iniciativa, e da disponibilidade para correr riscos, passar das palavras aos atos, isto é, não basta inovar, é preciso aplicar e executar para progredir, atingir os objetivos e sucesso, sendo certo que; sem qualidade, diferenciação e inovação são reduzidas as hipóteses de competitividade.

Resumindo, quem está confinado ao conformismo, e não tem uma prática recorrente de inovação, terá seguramente maiores dificuldades em superar os desafios que tem pela frente e, conseqüentemente, de aumentar a produtividade, progresso e bem-estar, sendo uma “presa” fácil para a concorrência. ■



TRIZ SIMPLIFICADO

NUEVAS APLICACIONES
DE RESOLUCIÓN
DE PROBLEMAS
PARA INGENIERÍA
Y FABRICACIÓN



Autores: Ellen Domb, Kalevi Rantanen
ISBN: 978-84-8408-576-8
Páginas: 292 | Preço: 28 euros (IVA incluído)*
Formato: 170x240mm | Encadernação: Capa dura
(* O preço inclui despesas de envio para Portugal continental e ilhas)

Accelper Consulting Iberia, Lda
info@accelperiberia.com
www.accelperiberia.com

Compre
já!

Novidade



O objetivo principal deste livro é, por um lado, introduzir a IA, em particular a IA generativa, juntamente com a arte de criar prompts para que possamos tirar o melhor partido da ferramenta, bem como mapear e apresentar as ferramentas de IA mais utilizadas, destacando as suas funcionalidades e aplicações práticas.

Além disto, pretendemos contribuir para uma tomada de consciência do potencial da IA em vários setores de atividade e promover a reflexão sobre o seu impacto, em particular na ética e uso responsável.

Ao reunir essas informações num único volume, procuramos facilitar o entendimento sobre o potencial da IA, permitindo que profissionais, educadores e estudantes possam explorar essas tecnologias de forma mais consciente e produtiva.

10%
DESCONTO
IMEDIATO

Compre já em <https://www.grupovidaeconomica.pt/pt-pt/livraria-online>
ou encomendas@grupovidaeconomica.pt

Autoras Anabela Mesquita,
Maria João Castro e Isabel Vieira

Págs. 224 **PVP** €18

PVP c/ desconto € 16,20

VidaEconómica

R. Gonçalo Cristóvão, 14, r/c • 4000-263 PORTO

 <https://www.grupovidaeconomica.pt/pt-pt/livraria-online>

 encomendas@grupovidaeconomica.pt  223 399 400 (chamada para a rede fixa nacional)