

FFEM-Fostering Female Entrepreneurship Mindset**105 CASOS PRÁCTICOS DE MUJERES EMPRENDEDORAS****INTRODUCCIÓN****Sobre FFEM**

En toda Europa, las tasas de desempleo de mujeres en riesgo de exclusión social y económica son alarmantes. La mejora de las habilidades puede ser una buena solución para abordar este problema tan conocido, así como también promocionar actitudes y comportamientos emprendedores. Ambas estrategias no solo ayudan a lanzar la actividad emprendedora sino que también mejoran la empleabilidad de las mujeres.

FFEM - Fostering Female Entrepreneurship Mindset (Fomentando la Mentalidad de Emprendimiento Femenina) – promueve y da valor al emprendimiento y al autoempleo mejorando las habilidades de las mujeres en riesgo de exclusión social y económica de todos los países participantes – Grecia, Francia, Polonia, Portugal y España. Para ello, es necesario también equipar a una variedad de adultos profesionales (formadores, profesores, trabajadores sociales, educadores sociales, etc.) con material didáctico innovador que fomente el desarrollo y la transmisión de competencias relevantes.

Todos los recursos del Proyecto están disponibles como recursos abiertos en la plataforma de formación digital - **www.ffem.eu**.

Sobre los casos prácticos de las emprendedoras:

Con el fin de inspirar a mujeres por toda Europa y representar buenas prácticas de emprendimiento femenino, los socios de FFEM han incorporado 36 casos prácticos de los 5 países participantes: Francia, Portugal, España, Polonia y Grecia.

El objetivo de estos casos prácticos es ayudar a las futuras emprendedoras con ejemplos de la vida real para que aprendan y tengan información práctica sobre la creación de un negocio. Los casos prácticos cubren las historias de mujeres provenientes de diferentes contextos socio-económicos que han creado su negocio e campos diferentes. Cada caso práctico se divide en 3 subsecciones:

- Información personal de la emprendedora
- Historia del proyecto
- Trayectoria profesional de la emprendedora en la creación de un negocio

Estos casos prácticos también están disponibles en la plataforma FFEM: **www.ffem.eu**.

Casos de Francia

Incorporados por Union des Couveuses

Caso práctico 1

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Alexandra BEAUCHAMPS
- **Edad:** 51 años
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto de trabajo:** Emprendedora/ auto empleada
- **Nivel de estudios:** educación secundaria y diploma especializado en análisis y consultoría de datos



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Afford formations:

Afford Formations fue creada en 2019 para ayudar a las personas que lideran las PYMES, ofreciéndoles claves para satisfacer sus necesidades en cuanto a gestión, organización y comunicación para que puedan centrarse en el desarrollo de su actividad. El método activo, que combina breves sesiones teóricas y ejercicios alternos, ha demostrado ser el más eficaz para que los alumnos se pongan al día más rápidamente y que sean autónomos en el campo al finalizar la formación.

Para alcanzar este objetivo, se basa en diversas técnicas educativas como hacer preguntas, infografías, cuestionarios en línea y ejercicios que ella misma diseña en base a las necesidades de sus clientes. Cuando las personas que están aprendiendo aceptan y el contexto lo permite, también les hace trabajar sobre sus documentos profesionales.

- **Tipo de empresa:** Información y Tecnología (IT), Formación en análisis de datos
- **Objetivos empresariales:** ayudar a las personas que dirigen las empresas para que dominen las diferentes aplicaciones y software de análisis de datos e IT.

Los productos están destinados a los profesionales. The products are aimed at professionals. Una formación individual personalizada hace posible que se pueda apuntar con precisión a las necesidades de la persona que gestiona el negocio y sus colaboradores más cercanos para así establecer soluciones prácticas a medida que las personas participantes avanzan en el uso de la herramienta. La formación grupal permite la iniciación en los requisitos previos de la herramienta antes de pasar a soluciones personalizadas como la configuración de un tablero de Excel. También es la solución de formación ideal para que un equipo de "proyecto" adquiera el mismo nivel de conocimientos sobre



herramientas comunes. El soporte es un verdadero servicio postventa que permite seguir la correcta aplicación de la formación, para corregir cualquier anomalía en la puesta en marcha.

- **Servicios propuestos:**

Sesiones formativas personalizadas y soporte técnico. Las siguientes opciones están disponibles:

- Formación individual y colaboradores clave de 1 a 3 personas
- Formación grupal
- Soporte en el proceso de implementación de las soluciones escogidas

- **Número de empleados:** 1

- **Contacto de la organización:**

Dirección: 1 route de la Celle-Saint-Cloud - 78380 BOUGIVAL

Web: <https://egg4483.phpnet.org/wordpress/wordpress/>

CARRERA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** Hoy en día es imposible encontrar un garante que cubra todos los riesgos asociados a la fabricación de los productos, incluso cuando solamente se está transmitiendo un conocimiento existente a un cliente. Tras pasar un año en una incubadora de negocios con un proyecto sobre mentorización (coaching) en la fabricación de productos naturales caseros, decidió crear Afford Formations la cual se basa en su experiencia profesional (tanto anteriormente como asistente ejecutiva en múltiples organizaciones como con la emocionante formación de un año como líder de proyecto en la incubadora). Afford Formations es también transmitir su experiencia pero de una manera diferente. La mayoría de las organizaciones ofrecen formación sobre herramientas que pueden conocer de la A a la Z. Sin embargo, sabe por experiencia que un líder no tiene por qué saberlo todo necesariamente sobre software. Al mismo tiempo, debe ser ágil y utilizar múltiples herramientas, ya que la gente no siempre cuenta con los recursos financieros necesarios para subcontratar los servicios también en los campos de la comunicación/marketing, comercial, etc. Además, se espera que los líderes dominen la gestión de los paneles de control para así gestionar de manera efectiva el negocio. Por tanto, Afford Formations ofrece módulos de formación que se ciñen lo más posible a los objetivos identificados de cada uno de sus clientes y no exclusivamente por herramienta.
- **Estatus social antes de la creación del negocio:** en búsqueda de empleo desde enero de 2017

- **La organización empresarial se corresponde a su campo de estudios:** Sí, ha adquirido varios diplomas en herramientas de comunicación y análisis de datos.
- **Desafíos encontrados:** actualmente es tanto dueña como empleada de Afford. Como la organización es de reciente creación, también está afrontando desafíos a la hora de darse más visibilidad entre una audiencia más amplia. La falta de notoriedad y visibilidad dificulta la autenticidad de su negocio para atraer la confianza de sus clientes.
- **Solución a los desafíos:** Incrementar la visibilidad es prioritario para ella. Ha mantenido una conversación progresiva y regular a través de sus redes profesionales (Facebook, LinkedIn) para establecer lazos de confianza con candidatos que buscan experiencia que pueda dar solución a sus problemas.

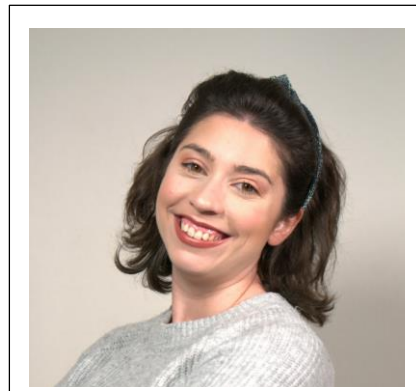
Además, está planteándose asociarse con otras organizaciones expertas para tener acceso a una audiencia más amplia. También asiste a diferentes eventos y reuniones de negocios para conocer nuevas personas y organizaciones de la misma experiencia.

- **Organizaciones de apoyo:** Athéna, BGE Yevlines
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** Creó Afford Formations para transferir su conocimiento profesional a otros profesionales. Pero, a lo largo de su formación en la incubadora de negocios, ha aprendido el proceso de creación de empresas y ha visto la pasión de los emprendedores. En el futuro, le gustaría ir más allá en su contribución a la comunidad mediante el estudio de la viabilidad de una oferta de un nicho para personas con discapacidad visual y/o auditiva y personas que deseen diseñar documentos adaptados. Las herramientas de Office son cada vez más adecuadas para todos y, por lo tanto, la demanda debería aumentar. La investigación de mercado está en curso y revelará más posibilidades para el futuro.
- **Recomendaciones para futuros emprendedores:** que los clientes estén satisfechos no es solo una obligación si no una valiosa fuente de nuevos clientes potenciales. Recomienda prestar mucha atención a las peticiones de los clientes y luego adaptar el servicio en consecuencia.

Caso práctico 2

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Alix Martet
- **Edad:** 29
- **Nacionalidad:** french
- **Puesto de trabajo:** CEO
- **Nivel de estudios:** Máster en Gestión artística y cultural



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Omnia Culture, la primera firma de selección y búsqueda de empleo especializada en el ámbito de la comunicación, de la cultura y los medios.
- **Tipo de negocio:** reclutamiento y RRHH.
- **Objetivos empresariales:** crear sinergias entre las personas candidatas, empresas y educación superior en el ámbito cultural.
- **Servicios propuestos**
 - Ayudar a las entidades culturales a reclutar mejores candidatos
 - Ayudar a las personas recién graduadas a buscar un trabajo en el ámbito cultural
 - Ayudar a los estudiantes a encontrar prácticas en el ámbito cultural
- **Nº. de empleados:** 2 socios y un becario
- **Contacto:**
Website: *omniaculture.fr*
Correo: *alix.martet@omniaculture.fr*



Cita de la emprendedora: “¡Hasta el infinito y más allá!”

CARRERA PROFESIONAL

Fuente de inspiración para la idea de negocio: tras graduarse, le llevó más de 6 meses encontrar su primer trabajo en el ámbito cultural. A pesar de sus esfuerzos, el proceso de búsqueda de empleo la sometió a mucho estrés ya que no contaba con las habilidades necesarias para autopromocionarse y llamar la atención de las empresas a las que presentaba su candidatura.

Estatus social antes de la creación del negocio:

- Era empleada a tiempo completo a la vez que desarrollaba su idea de negocio
- Ahora está “desempleada” y en una incubadora de negocios

La organización empresarial corresponde a su ámbito de estudios: sí, ha estudiado en el ámbito de la gestión empresarial de actividades culturales.

Desafíos encontrados:

- Desarrollar su negocio durante el confinamiento por la pandemia del COVID fue un desafío muy grande. Buscar oportunidades de financiación para nuevas empresas es un desafío, especialmente cuando toda la economía se encuentra en una crisis financiera debido a una pandemia.
- Mucha gente la desanimaba diciendo que su idea de negocio era una locura y la ponían en un dilemma moral.
- Ser una empleada a tiempo completo hacía que a Alix le fuese más difícil encontrar el tiempo suficiente para trabajar en su proyecto a la vez que mantenía una responsabilidad plena en su lugar de trabajo.

Soluciones a los desafíos:

- Ha logrado aprender cómo organizar mejor su tiempo
- Se ha asociado con un socio comercial
- Consolidar el modelo de negocio y la estrategia de marketing durante un año antes de entrar en la incubadora para asegurarse de que estaba completamente probado y era viable.

Organizaciones de apoyo:

- Omnia Culture recibe apoyo de la incubadora de negocios Nuna con base en Thyez, Francia. Las incubadoras de negocios ofrecen ayuda profesional y temas relacionados con la jurisdicción y contabilidad.

Plan de de sostenibilidad para la empresa:

- Permanecer en la incubadora al menos un año para asegurarse de que la actividad es viable y puede generar ingresos.
- Atraer tantos socios y financiación pública como sea posible mientras está en la incubadora.
- Solicitar una aceleradora de negocios tras estar en la incubadora.

Recomendaciones para futuras emprendedoras:

- No crees tu negocio sin tener un modelo básico de empresa y una idea clara de qué vas a vender y a quién.

- Haz preguntas y conecta con gente que tenga tus mismos intereses para crear sinergias y obtener nuevas ideas.
- No te aisles y pide ayuda a profesionales si lo necesitas.
- Haz que tu proceso de creación sea más seguro con la ayuda de organizaciones que te den soporte como las incubadores.

Caso práctico 3

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Agnès Jacquier
- **Edad:** 47
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto de trabajo:** autónoma
- **Nivel de estudios:** Grado en Ingeniería en Transformación de Materiales Plásticos



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Descripción de la empresa:** The Floating Mushroom es un centro de formación que nace tras la constatación de que muchos buenos profesionales técnicos se volvían locos cuando se les pedía hablar o trabajar en inglés.
- **Tipo de negocio:** Centro de formación en inglés técnico
- **Objetivos empresariales:** evitar que se pierda un buen profesional cuando la conversación pasa a ser en inglés.
- **Servicios propuestos:** cursos de formación en inglés para profesionales
- **Número de empleados:** 1
- **Contacto de la organización:** www.the-floating-mushroom.com



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración:** tras 20 años en la industria de la automoción, principalmente en el extranjero, acabó en el Valle de Arve en los Alpes franceses, entre Ginebra y Mont Blanc. Esta es una área con un alto conocimiento técnico... pero un nivel muy bajo de inglés cuando hablamos de la cultura industrial. Enseguida se dió cuenta de que la gente no se entendía cuando hablaban con clientes o proveedores extranjeros, derivando en situaciones difíciles que no deberían ser complicadas de resolver. De este modo surgió la idea de The Floating Mushroom, un curso de formación en inglés diseñado para profesionales de la industria, que no quieren aprender a hablar del tiempo sino de su línea de producción o de problemas de calidad.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** empleada como gerente de calidad en industria
- **La organización empresarial pertenece a su campo de estudios:** su Nuevo empleo no tiene nada que ver con su puesto anterior o sus estudios. Tuvo que pasar por una nueva formación antes de abrir su negocio. Pero cuando lo piensa se da cuenta de

que el inglés siempre ha sido su mejor recurso y le ha abierto muchas puertas. A pesar de ser una mujer joven – y pequeña – en el en el área técnica de la automoción a finales de los 90, le fue posible tener buenos puestos y un montón de oportunidades solo porque podía mantener una conversación con los clientes sin importar su idioma nativo.

- **Desafíos encontrados:** la parte más difícil de su trayectoria fue cuando tuvo que dejar un trabajo muy bien pagado por un nuevo trabajo que no estaba tan bien pagado. Pero la necesidad de independencia y un sentido eran mayores que la necesidad de una seguridad financiera.
- **Solución a los desafíos:** ¡confía en la vida! Incluso si es más fácil para alguien que pasó 20 buenos años en la industria y pudo comprar su casa antes de dejar la carrera de 9 a 5. Antes de comenzar este proyecto, Agnès tuvo 3 experiencias fallidas en la creación de su negocio. Así que esta vez decidió unirse a una incubadora no solo para no estar sola, sino que también para probar el concepto antes de invertir dinero en el desarrollo de una empresa.
- **Organización de apoyo:** Incubadora de negocios
- **Plan de sostenibilidad para la empresa:** El pronóstico es excelente. Tras unos meses, si te desempeñas con calidad, la gente empieza a hablar de ti y obtienes nuevos clientes de forma regular. Hoy, tras 6 meses, su empresa le ofrece más del 70% de sus ingresos y los completa por el momento con algunos encargos de Calidad subcontratadas.
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** rara vez piensa en los tres fracasos antes de que esta empresa fuese un éxito. Según Ágnes, si lo tienes en ti, no importa cuánto tiempo te lleve, ni cuántas veces falles, algún día serás independiente.

Caso práctico 4

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Sourzac Maïwenn
- **Edad:** 30
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto laboral:** emprendedora
- **Nivel de estudios:** Máster



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa**

Maïwenn Sourzac creó su “micro-empresa” en 2015 mientras era una empleada, para cubrir una demanda de creación de folletos. Por aquel entonces, todavía no tenía en mente la vocación de emprender. La idea de hacerse autónoma al 100% surgió cuando se mudó a una nueva región para estar con su pareja. Su antiguo jefe se convirtió en su primer cliente en la parte de las redes sociales: comenzó por el desarrollo de la empresa.



TREMA Communication, el actual nombre de la compañía, llegó más tarde, tras un intento fallido de crear una agencia con dos diseñadores gráficos.

- **Tipo de negocio:** actualmente, TREMA Communication ofrece a sus servicios de gestión de comunidades sociales a medianas y grandes empresas por todo Francia. ¡El primer becario comienza en febrero de 2021!

- **Objetivos de la empresa:**

A corto plazo, el objetivo es satisfacer a los clientes para retenerlos (los contratos se renuevan cada mes ya que se trata de un servicio mensual por la gestión de las redes sociales) y fomentar el boca a boca entre clientes.

A largo plazo, lo ideal sería poder crear empleo y delegar parte del trabajo.

De hecho Maïwenn, la fundadora, tiene otras inquietudes de emprendimiento en las que le gustaría centrarse en unos años, en cuanto su primera compañía sea sólida y sostenible.

- **Servicios propuestos:** comunicación digital: gestión de redes sociales/ publicidad en redes sociales/ redacción de contenidos (artículo / boletín informativo)
- **Número de empleados:** 1 empleado y 1 becario

- **Contacto:**

Teléfono: 06 78 59 08 43

Correo: m.sourzac@tremacommunication.fr

Página Web: www.tremacommunication.fr

Facebook: <https://www.facebook.com/tremacommunication>

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuentes de inspiración para la creación de la empresa:** una vez que estaba por su cuenta, Maiwenn tuvo la idea de ofrecer un servicio de comunicación global ya que esta es la formación que ella misma había recibido. Finalmente, era una demanda que creaba empleo: con un 90% de demanda en community management, se especializó en el campo.
- **Posición social antes de la creación del negocio:** estuvo empleada durante 2 años al final de sus estudios como agente de comunicación en una escuela de gestión.
- **La organización empresarial pertenece a su campo de estudios:** la actividad de la compañía está relacionada con sus estudios pero ¡su creación nació de oportunidades que había que aprovechar!
- **Desafíos encontrados:** el único desafío encontrado fue aprender a trabajar sola, en un piso, un poco aislada del mundo debido a estar en una nueva región. Una nueva organización para intentar motivarse incluso en los días que no tienes planes ni a nadie a quién ver.
- **Solución a los desafíos:** rápidamente, Maiwenn se unió a una incubadora de negocios donde pudo conocer a otros emprendedores, ser acompañada y tener un ecosistema perfecto para el desarrollo de su negocio.
- **Organización de apoyo:** el acompañamiento de la incubadora de negocios the Economic Site of the lakes. La directora Sophie Littoz ha estado siempre ahí en caso de dudas para desafiar o tranquilizar a la persona emprendedora.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** la compañía siempre ha trabajado muy bien gracias al boca a boca. El objetivo de Trema Communication es capitalizar esto desarrollando su propia marca. Para ello, se ha planeado la creación de una página web, a través de la que se hará difusión de varios testimonios y referencias de clientes para dar credibilidad a la marca y tranquilizar a futuros clientes. El objetivo es ser más visibles y abiertos a otros canales para atraer a más clientes.
De manera ideal, TREMA Communication quisiera poder contratar a un primer empleado a principios del año 2022.
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:**
 - Crea tus propias normas: nunca escuches a priori lo que se dice de los autónomos. Podemos tener una actividad que funcione sin tener que trabajar noche y día + los fines de semana.
Para ello, debes ser clara con el cliente desde el principio sobre cómo haces las cosas para no establecer malos hábitos de antemano.

- Rodéate bien: el ambiente es crucial. Trabajar sola puede ser complicado pero si la gente que te rodea te anima, ¡es mucho más sencillo!
- No te dejes impresionar por “profesionales” ni pongas a la gente en un pedestal: todo el mundo tiene sus debilidades y debes aceptar las tuyas. Incluso la gente más dura esconde sus debilidades (miedo a fallar, a perder su puesto, etc.).
- La fuerza de lo social: sé diplomática, escucha y adáptate: el secreto de la relación con el cliente
- Sé honesta contigo misma y con los demás y ¡aprovecha las oportunidades!

Caso práctico 5

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Savannah Truong
- **Edad:** 26
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto laboral:** Emprendedora / CEO
- **Nivel de estudios:** Máster en marketing de lujo en la Universidad University Paris Dauphine



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Historia de la empresa: Kick Café—KPOP IS FOR COOL KIDS

Savannah es fan del k-pop desde 2008 y se dio cuenta de que no había ningún sitio en Francia donde los fanes del k-pop pudieran juntarse y compartir su pasión. Así que decidió crear un Nuevo concepto de tienda dedicada al k-pop en París: Kick Café. Kick es el acrónimo de KPOP IS FOR COOL KIDS. La idea es combinar el ambiente agradable de una cafetería con la atmósfera más moderna de una tienda Kpop.



Tipo de negocio: restaurante y tienda K-Pop

Objetivos empresariales: traer la cultura K-Pop a Francia y hacerla atrayente. Kick Café incluye una cafetería con comida y bebida y también una tienda con artículos y ropa K-pop.

Servicios propuestos

- Cafetería: comida, bebida y postres coreanos.
- Tienda K-pop: Eventos sobre el kpop, arte, diversidad e inclusividad.

Nº de empleados: 1

Página web: www.kpopisforcoolkids.com

Cita de la emprendedora: “Si no crees en ti, nadie lo hará por ti”.

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración de la idea de negocio:** en el sur de Corea hay muchas concept stores y cafeterías donde la gente puede ir y pasar el rato juntos. Es un espacio de la vida real entre la casa y el trabajo donde las personas disfrutan estar juntas.
- **Estatus social antes de la creación del negocio:** era una estudiante que recientemente había terminado su máster antes de crear la empresa.
- **La organización empresarial pertenece a su campo de estudio:** ha estudiado administración de empresas, por lo que está al tanto de los aspectos financieros, regulaciones de ley, estrategias de marketing y comunicación que aplicar en la empresa. Sin embargo, no estudió logística de restaurantes ni cadena de suministro, por lo que tuvo que estudiar sola todas estas cosas nuevas que necesitaba para abrir mi negocio.
- **Desafíos encontrados:** el Covid fue un gran desafío en 2020. En primer lugar, quería abrir en mayo de 2020 pero tuvo que detener por completo el desarrollo del proyecto porque la situación no era buena: todos los conciertos de Kpop se cancelaron en Francia, los restaurantes estaban cerrados, la gente podía no reunirse y estar juntos. No tenía sentido abrir en medio de la pandemia.
- **Solución a los desafíos:** hubo que posponer todo durante un año, fue la mejor elección que podía haber tomado ya que así no perdió dinero y finalmente pudo empezar de nuevo.
- **Organización de apoyo:** no estaba oficialmente en una incubadora, pero recibió la consulta de un agente de Union de Couveuses para formar el diseño comercial. Su asesora le ayudó a iniciar una campaña de crowdfunding y la asesoró para otros aspectos empresariales de la empresa, especialmente participando en concursos de puesta en marcha para la recaudación de fondos. Le hizo darse cuenta de la dinámica empresarial en el mundo real.
- **Plan de sostenibilidad para la empresa:** recibe dinero a través de 3 canales diferentes: vendiendo comida y bebida, productos Kpop y organizando eventos.

- **Recomendación para futuras emprendedoras:** su recomendación es que nunca será perfecto, así que simplemente hazlo si quieres intentarlo. Hacerlo de una forma imperfecta es mejor que no hacerlo. Al construir una empresa, la confianza es clave, así que lo mejor es creer en ti y encontrar la fuerza y valentía para empezar lo que quieres hacer ya que nadie lo hará mejor que tú.

Caso práctico 6

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Giammertini Aline
- **Edad:** 51
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto laboral:** directora
- **Nivel de estudios:** diplomatura de educación superior



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Historia de la empresa:

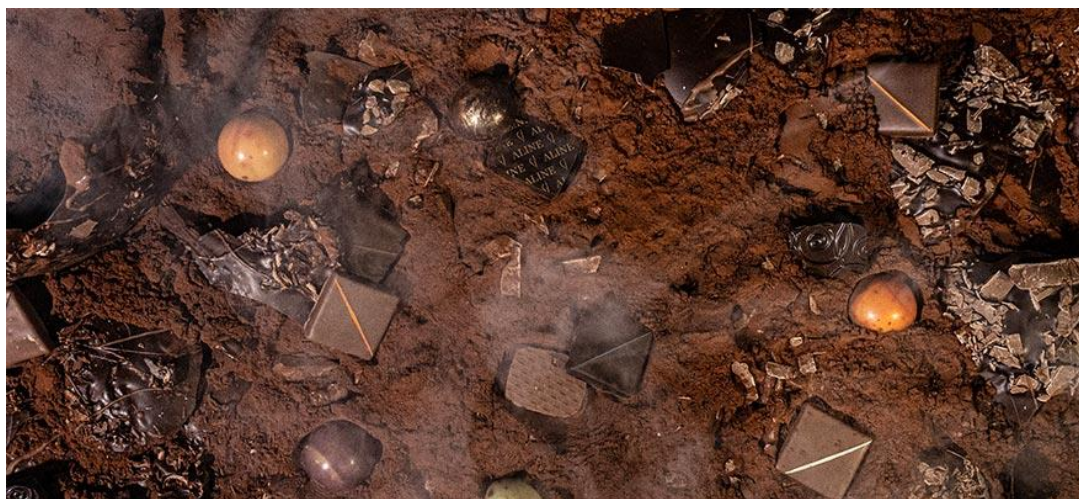
- La Chocolaterie aline es una fábrica de chocolate artesanal basada en el uso de productos corsos (limones de Balagne, miel orgánica premium de Castagniccia, infusiones de maquis, avellanas de Cervione) que se mezclan con chocolates y se transforman en deliciosos ganaches y pralinés. Siguiendo su amor y pasión por el chocolate de toda la vida, Aline creó su boutique justo después de terminar la universidad.



- **Tipo de negocio:** elaboración artesanal de chocolates y delicatessen
- **Objetivos empresariales:** exportar los chocolates a nivel nacional e internacional.
- **Servicios propuestos:** productos artesanales de chocolate y tisana de chocolate products and concepts de Buena comida en frascos.
- **Número de empleados:** 9
- **Contacto:**
Teléfono de la empresa: 06.77.90.69.24
Correo electrónico: contact@aline-chocolatiere.com
Página web : <https://boutique-aline-chocolatiere.com/>
Facebook: ALINE CHOCOLATIERE
Twitter:
Instagram: alinechocolaterie



- **Presentación de los productos:**





TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** la idea se le ocurrió y la maduró durante 20 años antes de convertirse en su única actividad profesional. Somos nuestras propias fuentes de inspiración.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** autónoma
- **La organización empresarial pertenece a su campo de estudios:** no
- **Desafíos encontrados:** una pasión que era solo un pasatiempo dió origen a un negocio principal. Tuvo que elegir entre la pasión y la razón, ella eligió la pasión.
- **Solución a esos desafíos:** estar siempre centrados y motivados para conseguir tus objetivos. El resto es...
- **Organización de apoyo:** no
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** desarrollando nuestros ejes productivos (nuevos productos) y marketing (exportación). Es necesario estar atento y ofrecer productos de acuerdo a la demanda.
- **Recomendaciones a futuras emprendedoras:** cree en tus sueños y en tu proyecto, nunca dudes de su éxito.

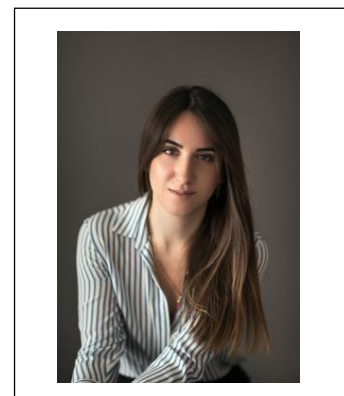
Casos en Francia

Incorporados por Petra Patrimonia Corsica

Caso práctico 7

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** VEPORI Célia
- **Edad:** 28
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto laboral:** directora
 - **Nivel de estudios:** Licenciatura (grado francés BAC + 3)



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Nombre de la empresa:** A Perla Rara
- **Tipo de actividad:** lujo y estética
- **Objetivos de la empresa:** tener varios establecimientos bajo la marca en Córcega, creación de un establecimientos turístico de lujo
- **Servicios ofertados:** especialización en cuidados faciales y diversos tratamientos de la piel. Centro de referencia de las mejores tecnologías para rostro y cuerpo.
- **Número de empleados:** 7 empleados



CITA DE LA EMPRENDEDORA: “No pongas barreras en tu camino, cree que todo es posible, vívelo...y se hará realidad”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

Historia de la empresa: Célia Vepori creó esta idea de negocio como estudiante-emprendedora, es decir, mientras estudiaba, creó su empresa en colaboración con el polo PEPITE de su Universidad (grupo para impulsar el emprendimiento). Quiere hacer carrera en el sector de la estética y gestionar un establecimiento que se corresponda con los

códigos de lujo y conocimiento que la llevaron a este proyecto. Creó PERLA RARA, el primer centro de lujo en Ajaccio especializado en cuidado facial médico-estético. Tiene la intención de ofrecer una experiencia de calidad, pero también de participar en la revitalización del centro de Ajaccio.

Desafíos encontrados: durante la creación del negocio, se encontró con varios desafíos: tiempo de respuesta de los bancos, gestión del lugar de trabajo de 140m² que debía ser rehabilitados, sus estudios, diferentes montajes de proyectos...

Solución a esos desafíos: para hacer frente a estas dificultades, decidió crear un comité directivo con su el contable que tenía contratado, un abogado comercial y el departamento comercial de la Cámara de Comercio de su región. Prefería esta opción de crear un comité de dirección y no deseaba beneficiarse de ninguna ayuda en el acompañamiento de su proyecto.

Plan de sostenibilidad de la empresa: el desarrollo de su empresa se centra en el desarrollo de su facturación y la creación de puestos de trabajo. También trabaja en ejes innovadores y modernos, en alianzas y desea abrir otras sucursales en la región.

Recomendación a futuras emprendedoras: Célia Vepori recomienda que las futuras emprendedoras se rodeen de los mejores y se beneficien de la sinergia de fuerzas activas. También aconseja que “no se pongan barreras en su camino, crean que todo es posible, que lo vivan... y así conseguirán hacerlo real”.



Caso práctico 8

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** JOSSEN Sarah
- **Edad:** 38
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto:** autónoma
- **Nivel de estudios:** Licenciatura



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa**

Su primer proyecto de como emprendedora fue un proyecto de artesanía, con la creación de complementos de vestuario para niños. Este negocio llamado Cocolune la llevó a muchos encuentros. Comenzó a realizar ilustraciones para la Red Canopé de Córcega. Hoy en día, es un socio fiel con el que trabaja constantemente en nuevos proyectos.

Su negocio por cuenta propia se centra en la ilustración de libros juveniles e infantiles y en la creación de complementos artesanales para niños.

- **Tipo de actividad:**

Actualmente, ha dejado de lado la creación artesanal por la situación actual y se está concentrando en la ilustración. Con el primer confinamiento, comenzó a trabajar con una empresa estadounidense en una aplicación de senderismo: Alltrails. Estas son las dos facetas de su actividad: la ilustración, los talleres creativos y la empresa de datos.



- **Objetivos de la empresa:**

A corto plazo, quiere encontrar el equilibrio adecuado y finalizar los distintos pedidos de ilustraciones actuales. A largo plazo, planea crear proyectos personales sobre libros para niños y desarrollar una nueva colección para Cocolune.

- **Servicios ofertados:**

Ilustración, diseño textil, identidad visual, talleres creativos para niños – análisis de datos.

- **Número de empleados:** 0

- **Contacto:**

Número de teléfono profesional: 0612756698

Correo electrónico: sarahjossen@gmail.com

Página web: sarahjossen.ultra-book.com/

Facebook: Cocolune

Instagram: _cocolune_

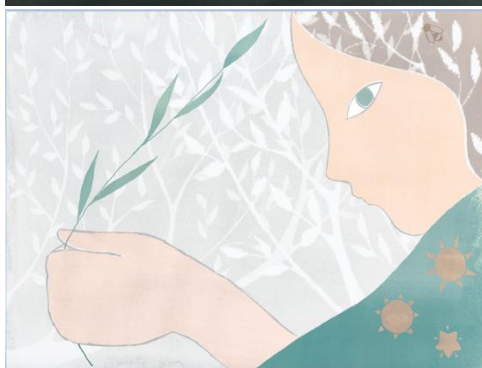
- **Presentación de la actividad:**

Cocolune: disfraces y accesorios poéticos llenos de animales, materiales suaves y naturales. Cocolune habla de la imaginación de los niños.

Realiza ilustraciones principalmente para niños, y participa con asociaciones en talleres creativos para niños (dibujo, costura, trabajo manual) (antes del covid).

También trabaja en el análisis de datos para la aplicación Alltrails.

- **Fotografías de la actividad**



- **ANTECEDENTES PROFESIONALES**

- **Fuentes de inspiración para la idea de negocio:**

Estudió comunicación visual en el HES-SO de Ginebra. Antes de trabajar en la creación, trabajó en una librería y estuvo a cargo del departamento de juventud. La ilustración para niños es ante todo una pasión, un universo. Fue mientras veía crecer a sus hijas que el deseo de estar con ellas la empujó a encontrar las soluciones que la llevarían a ello. A sus hijas les encantaba disfrazarse y Cocolune (su primer proyecto) también era de ellas.

- **Estatus social antes de la creación de la empresa:**

Empleada, después estuvo en una incubadora de negocios y ahora es autónoma.

- **La organización empresarial pertenece a su campo de estudios:**

En parte sí, pero cuando era más joven no tenía la seguridad para dar el paso. Al principio buscó otros caminos. Conocer gente inspiradora fue lo que la impulsó a crear en primer lugar.

- **Desafíos encontrados:**

Cuando entró en la incubadora con la idea de Cocolune (accesorios para niños), acababa de ser despedida por motivos económicos. Ella eligió entrar en el negocio como independiente por la flexibilidad que le permite. Tiene dos hijas y quería tener la oportunidad de incluirlas en mi proyecto y tener tiempo para verlas crecer. Madres y madres solteras como ella están a cargo de los niños, la casa y su trabajo. La organización es claramente la clave para trabajar por cuenta propia, ganarse la vida sin sentirse abrumada por el proyecto. El más mínimo percance sigue siendo complicado.

- **Solución a los desafíos:** la diversificación es la opción que ha elegido y que se corresponde con su temperamento. La creación textil, los talleres infantiles y la ilustración son actividades que resuenan y se complementan. También es una oportunidad para ella de tener un trabajo (contratista en Alltrails) que sigue siendo emocionante mientras tiene proyectos creativos. Y una vez más la organización, especialmente la gestión del tiempo. Saber dedicar un tiempo que se ajuste al presupuesto.

- **Organización de apoyo:**

Fue acompañada por la incubadora de actividades Workinscop Sc'opara. Este apoyo le dio el valor para dar el paso y probar sus habilidades. Pudo hacerse autónoma con más tranquilidad al tener ya compromisos.

- **Plan de sostenibilidad para la empresa:**

El período actual es tan incierto que es difícil prever varios años. Lo que le parece fundamental es poder reinventarse y aprovechar las oportunidades que se le presenten. ¡La creatividad puede tomar muchas formas!

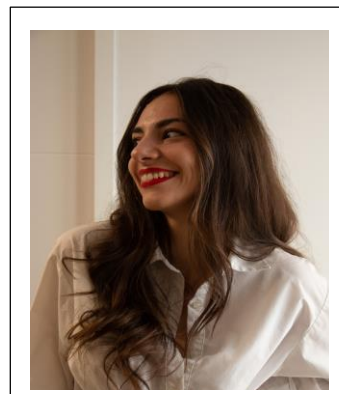
- **Recomendación para futuras emprendedoras:**

Considera que lo más complicado que surgió al hablar con mujeres emprendedoras es la confianza que se deposita en la otra. Aquí es donde las incubadoras o cooperativas tienen un papel que desempeñar. Lo que también aconsejaría es utilizar las redes sociales para crear una red con personas del mismo campo de actividad. Hay buena voluntad entre los creadores, puedes ahorrar tiempo pidiéndoles consejo.

Caso Práctico 9

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** MARA Eline
- **Edad:** 23
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto:** Creadora de contenido digital/emprendedora
- **Nivel de estudios:** Máster (BAC +4)



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Nombre de la empresa:** Macé Studio
- **Tipo de actividad:** creación de contenido digital y gestión de comunidades sociales
- **Objetivos de la empresa:** desarrollar el estudio, reclutar, encontrar instalaciones.
- **Servicios ofertados:** gestión de comunidades sociales, estrategia de redes sociales, fotografía, video, grafismo
- **Número de empleados:** 0



CITA DE LA EMPRENDEDORA “¡Estar motivada y segura de tí misma es la clave del éxito! “

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Historia de la empresa:** Eline Mara se inspiró en artistas (pintores, diseñadores gráficos, ilustradores, fotógrafos) y mujeres emprendedoras para lanzar su negocio. Sus estudios de Licenciatura en Arte y un año de carrera profesional en comunicación visual la llevaron a la creación de su estudio, especializado en la creación de contenidos digitales y gestión de redes sociales.
- **Desafíos encontrados:** Numerous challenges have appeared all along her entrepreneurial path: few means to buy expensive technological equipment or to find premises and suddenly be faced with her choices at the end of her studies.

Sin embargo, estas dificultades le permiten ganar confianza en sí misma, en sus elecciones, en la visión de su empresa y también en ser más autónoma. La acompañó una incubadora y PEPITE Corse.

- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** tiene la intención de desarrollar su studio y ser estable a nivel financier para poder incorporar personal.
- **Recomendación para futuras emprendedoras:** anima a las futuras emprendedoras a asumir este desafío y hacer encuentros que puedan cambiar su vida y darle un impulso. "Haces lo que amas y lo compartes con personas que son igualmente apasionadas. ¡Estar motivada y segura de ti misma es la clave del éxito!

Caso Práctico 10

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** HAVOUDJIAN Nora
- **Edad:** 51
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto:** agente de recursos humanos/formadora
- **Nivel de estudios:** Certificado de practicante en Coaching de vida personal y profesional. Certificado de practicante en NPL (Programación neurolingüística). Certificación de estudios en psicoanálisis en el CERFPA cente. Diploma de Educación Superior en Ciencias Económicas. Baccalauréat série G2 (diploma de escuela secundaria francesa).



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Nombre de la entidad:** FORMA PRO CONSEIL
- **Tipo de actividad:** consultoría, desarrollo personal, habilidades para la construcción de realaciones
- **Objetivos de la empresa:** Formación y orientación en RRHH, apoyo a equipos o individuos para mejorar de su desempeño
- **Servicios ofertados:** Liderazgo y gestión, Cultura y Talento, Gestión, Ventas y Márketing, Desarrollo professional y personal, Apoyo profesional
- **Número de empleados:** 0

CITA DE LA EMPRENDEDORA “Construye una vida de la que estés orgullosa”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Historia de la empresa:** Nora Havoudjian fue formadora y consultora de la AFPA, la agencia nacional francesa para la formación profesional de adultos. Eligió este campo porque se apasionó desde el principio por las personas que son la parte esencial de las empresas. Está particularmente interesada en el desarrollo personal y profesional, “convencida de que el desempeño perenne de las organizaciones solo puede combinarse con la satisfacción de sus empleados”. Es versátil e interviene con un público variado en términos de comunicación, gestión y gestión de relaciones. Esto se concreta en acciones de formación, acompañamiento a personas y equipos en su búsqueda de coherencia, eficiencia

y realización profesional. Nora Havoudjian está convencida del poder y la eficiencia que "las personas y los equipos pueden lograr cuando están alineados en un proyecto común y cuando se busca y se valora la sinergia de sus talentos.

- **Fuente de inspiración de la idea de negocio:** una de sus inspiraciones con respecto al emprendimiento es una cita de Havner: "El mayor bien que podemos hacer por los demás no es comunicarles nuestra riqueza, sino revelárselas".
- **Desafíos encontrados:** Durante su carrera como emprendedora, no encontró grandes desafíos sino oportunidades, en particular el de convertirse en miembro de la asociación Working Sc'opara, lo que le permite explotar la viabilidad de su proyecto y desarrollarse como independiente.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** pretende desarrollar su actividad respondiendo a las licitaciones y también a través de organismos, organizaciones y empresas de prospección.
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** anima a las futuras emprendedoras a tener confianza y embarcarse en esta aventura: "Ten confianza, disfruta de la aventura, actúa según tus propias reglas y construye la vida de la que estarías orgullosa".

Caso Práctico 11

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** LEZIER Sylvie
- **Edad:** 54
- **Nacionalidad:** francesa
- **Puesto:** Gestora y fotógrafa
- **Nivel de estudios:** Certificado general francés de educación secundaria.



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Nombre de la entidad:** Sylvie Lezier
- **Tipo de actividad:** Fotografía- Provedora de servicios a personas independientes y a profesionales
- **Objetivo de la empresa:** desarrollar la actividad (a nivel internacional) — Renombrar el estudio
 - **Servicios ofertados:** retratos, reportaje fotográfico, fotografía corporativa, industrial, de moda, de producto y culinaria, formación
- **Número de empleados:** 0

CITA DE LA EMPRENDEDORA “nunca te subestimes, [...], no tengas miedo al error, siempre se aprende”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Historia de la empresa:** Sylvie Lezier es una apasionada de la fotografía y se ha inspirado con fotógrafos que admiraba; lleva años practicando este arte como aficionada además de cuidar a su familia e hijos. Se gana la vida haciendo trabajos ocasionales. A pesar de una gran carga de trabajo en relación a sus responsabilidades como madre en el hogar y una carrera escolar que no la preparó formalmente para su pasión, decidió lanzarse profesionalmente en este campo que tanto ama como emprendedora. Ella cree que los estudios literarios que ha seguido en su carrera sin duda le han abierto la mente a la creación artística.

- **Desafíos encontrados:** cree que organizar su vida personal antes de su carrera profesional le permitió lanzar su proyecto en el momento adecuado de su vida. Los mayores desafíos que encontró en este proyecto fueron principalmente los suyos propios.
- **Solución a los desafíos:** para superar estos desafíos, se ha rodeado de gente positiva, se ha unido a un grupo / sindicato de profesionales de la fotografía, se ha formado en nuevas prácticas fotográficas y ha participado en concursos. La pasión, la voluntad, el trabajo y la necesidad de reconocimiento y aprendizaje no son ajenas a su éxito. Su perseverancia le ha permitido superar y aprender de sus fracasos.
- **Organización de apoyo:** desde sus inicios hasta ahora, nunca ha recibido apoyo por parte de ninguna asociación y ha hecho su camino completamente de manera autodidacta.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** quiere desarrollar su actividad a nivel internacional y continuar ofreciendo calidad a sus clientes utilizando su personalidad, habilidades y capacidades personales.
- **Recomendación para futuras emprendedoras:** aconseja a las futuras mujeres emprendedoras lo siguiente: "Rodéate de gente amable, positiva, nunca te subestimes, ten proyectos incluso lejanos, no tengas miedo al fracaso, recuerda siempre de dónde vienes, aprende siempre y respeta el camino que tomas respetándote a ti misma". "Si puedo hacerlo, ellas también pueden hacerlo".



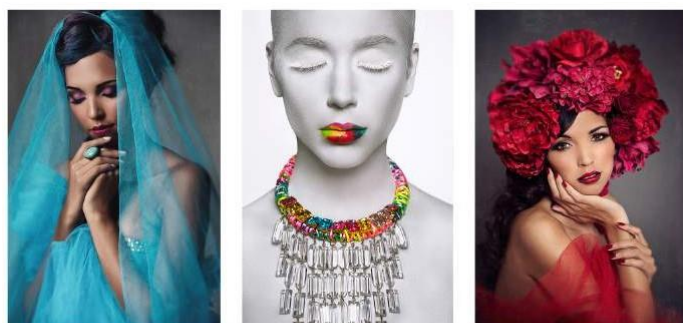
Sylvie Lezier
Photographe

Une image...  ...vos souvenirs

0674783402
www.carpediem-studio.com

Mellieur Ouvrier de France

Studio Carpediem
20290 Lucciana

SylvieLezier
Photographe

LAISSONS L'ART DEVENIR NOTRE DEVISE...



Caso práctico 12

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Meszaros Karine
- **Nacionalidad:** francesa
- **Posición:** agente de comunicación y márketing – Bilingüe Francés-Italiano
- **Nivel de estudios:** Máster en Comunicación Digital
Diploma Europeo en Márketing internacional (Bac+ 3)



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Aroma Communication nació de experiencias y misiones internacionales. Esta idea de emprendimiento también estuvo siempre presente y se construyó en torno a un hilo rojo: el deseo de facilitar el desarrollo de la empresa y mi pasión por Italia.
- **Cambio de intervención:** Comunicación/ Márketing/ Internacional/ Desarrollo comercial
- **Objetivos de la empresa:** ser facilitadora de desarrollo de emprendimiento en el cruce de fronteras de Francia e Italia
- **Servicios propuestos:**
 - Comunicación y Márketing
 - Desarrollo comercial entre Francia e Italia
 - Gestión de proyectos
- **Número de empleados:** 1 + equipo freelance
- **Contacto:**



Página web: www.aroma-communication.fr

Correo electrónico: karine@aroma-communication

CITA DE LA EMPRENDEDORA: «Si puedes soñarlo, puedes hacerlo»

TRAYECTORIA PROFESIONAL

Fuente de inspiración para la idea de negocio: mis experiencias, mis valores y la inspiración de la Toscana.

Estatus social antes de la creación de la empresa: empleada

La organización empresarial pertenece a su campo de estudios: sí

Desafíos encontrados:

- Probablemente la versatilidad y la dificultad de esconder ciertas habilidades para especializarme.
- La dificultad de “vender” y conectar con la gente correcta.

Solución a los desafíos:

- Rodear, intercambiar e integrar redes de emprendedores y redes especializadas.
- Aprender de las experiencias exitosas y de los/as formadores/as.

Organización de apoyo:

- Está en contacto con redes de apoyo para start-ups e innovación. Pertenece a redes que son de su interés.
- Mantengo el contacto con mis compañeros de trabajo, colaboradores y clientes.

Plan de sostenibilidad de la empresa

- Aprovechar los éxitos en el apoyo a empresas en el área transfronteriza Francia-Italia
- Incrementar las habilidades y aumentar el nivel de responsabilidad de las misiones.
- Incrementar la facturación e invertir en contratos de formación al principio.
- Unir partenariados.
- Mantener una base de 35% a 40% de las intervenciones en centros de formación.
- Reenfocar mi imagen y redefinir el nombre de mi empresa para que sea más legible.

Recomendación para futuras emprendedoras:

- Escucha esa vocecita que te dice: "Quiero, necesito, quiero ser emprendedora y sé que puedo hacerlo". Nunca dejes de creerlo. Graba en tu mente que la palabra fracaso ya no existe y reemplázala con la palabra experiencia. No te vayas en todas direcciones, tómate un tiempo de reflexión, rodeáte de gente. La elección de un trampolín como Boréal Innovation ha sido de gran valor para mí.

Casos de Portugal

Incorporados por Mindshift

Caso práctico 13

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Sofia Prata
- **Edad:** 34
- **Nacionalidad:** portuguesa
- **Puesto:** emprendedora y CEO de *Branca de Neve* - Home Jungle
- **Nivel de estudios:** educación secundaria



DESCRIPCIÓN DE EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Branca de Neve [Blancanieves] – Home Jungle es una tienda online y hogar de jardín. Branca de Neve se fundó en 2020, en Oporto, por Sofia Prata. Sofia Prata es amante de las plantas desde que era una niña pequeña y siempre tuvo el impulse de crear su propio negocio. Pero fue durante la pandemia del COVID-19 cuando decidió salir de su zona de confort y arriesgarse a empezar un nuevo negocio – una tienda online dedicada a la venta de plantas de interior. Sofia no solo vende plantas de interior, sino que también vende macetas y colgadores hechos a mano que entrega directamente a sus clientes. Además, tras la venta hace recomendaciones y consejos de cuidado a sus clientes.
- **Tipo de negocio:** tienda online
- **Objetivos de la empresa:** traer la naturaleza a casa y al trabajo, incrementar el bienestar
- **Servicios propuestos:** diseño del hogar y el jardín, venta de plantas de interior, creación y planificación de jardines y jardines verticales



CITA DE LA EMPRENDEDORA “Debemos seguir nuestros sueños, asumir riesgos y salir de nuestra zona de confort”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración de la idea de negocio:** Sofia Prata se crió junto a la naturaleza y las plantas, y se apasionó mucho por ellas.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** desempleada.
- **Desafíos encontrados:** Según Sofia Prata, salir de la zona de confort y asumir el riesgo inherente de iniciar una nueva aventura empresarial, sin saber cómo van a resultar las cosas, fue lo más difícil de hacer.
- **Solución a los desafíos:** tras pasar nueve años pensando en cómo crear un negocio de éxito, Sofia Prata tuvo el coraje de seguir adelante y superar sus preocupaciones, y confió en su creatividad y resistencia para crear su negocio durante la pandemia del COVID-19. El marido de Sofia la ha apoyado mucho y la ha ayudado con los pedidos, el embalaje y las entregas.
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** no te acomodes a un trabajo o profesión que no te guste; sobre todo, debemos perseguir nuestros sueños, asumir riesgos y salir de nuestra zona de confort.

Caso práctico 14

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Marta Stilwell
- **Edad:** 29
- **Nacionalidad:** portuguesa
- **Puesto de trabajo:** emprendedora digital/artista/ceramista/consultora de RRHH
- **Nivel de estudios:** Máster



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Marta Stilwell Ceramics es un negocio que nace de su pasión por el barro. En 2017, Marta Stilwell recibió un regalo peculiar, la posibilidad de asistir a un taller de cerámica. Después de ese momento, se sintió tan apasionada por el oficio que decidió seguir trabajando con arcilla. Marta tenía un puesto a tiempo completo como consultora de recursos humanos, pero en su tiempo libre Marta comenzó con entusiasmo a producir hermosas piezas de cerámica pintada. A finales de 2017, Marta decidió dar un paso arriesgado: renunció a su trabajo a tiempo completo y en 2018, mientras se convertía en consultora autónoma de RR.HH., creó la marca Marta Stilwell Ceramics. Marta dijo que se sintió profundamente conmovida por el aliento brindado por su familia y amigos, que fue crucial para ella para crear la marca y continuar con este esfuerzo. Aunque la cerámica es un arte bastante tradicional, Marta puso todo su empeño en promocionar su marca y trabajar en plataformas digitales (como Instagram y Facebook). Hasta ahora, ha tenido mucho éxito al combinar tradición e innovación. Por lo tanto, no solo es una artista talentosa, sino también un ejemplo evidente de emprendimiento digital.
- **Género empresarial:** arte
- **Objetivos empresariales:** ofrecer piezas de cerámica únicas y bonitas
- **Servicios ofertados:** venta de cerámica artística

marta
stilwell
ceramics

CITA DE LA EMPRENDEDORA “ Establecer una consistencia de marca y una identidad sólida son la clave.”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** a Marta siempre le ha gustado la cerámica. Creció viendo a su madre restaurar piezas finas chinas en el taller de su casa
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** consultora de RRHH
- **Desafíos encontrados:** comunicar la marca y los productos a través de plataformas en línea fue un desafío ya que los clientes están acostumbrados a ver las piezas de cerámica antes de comprarlas. El sistema de entrega de pedidos también fue un desafío, ya que enviar cerámica por correo es arriesgado.
- **Solución a los desafíos:** Marta creó un showroom privado en casa, donde invita a potenciales clientes a ver las piezas cuando sea necesario. En cuanto al sistema de entrega de pedidos, además de las ventas en varias tiendas físicas, Marta ha fijado un punto de entrega específico en Lisboa.
- **Organización de apoyo:** lo más importante fue el aliento y los comentarios positivos de mis amigos y familiares. A medida que evolucionó el proceso de creación de la marca y exhibición de las piezas en plataformas digitales, varias tiendas establecieron contacto y la red Portugal Manual (compuesta por artesanos y emprendedores contemporáneos) me brindó apoyo en términos de promoción de marca.
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** los elementos más importantes para establecer una marca son la consistencia y una identidad fuerte.

Caso práctico 15

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN

- **Nombre:** Ana Maria Pereira
- **Edad:** 63
- **Nacionalidad:** portuguesa
- **Puesto laboral:** emprendedora y directora gerente de las tiendas Pax Júlia
- **Nivel de estudios:** educación primaria



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Pax Júlia fue fundada hace veinte años por Ana Maria Pereira, cuya historia de vida es realmente inspiradora. Ana María comenzó a trabajar como costurera a una edad muy temprana, a los 12 años. A Ana María Pereira le gustaba su trabajo, pero era igualmente una vendedora muy competente, y se dedicaba a la venta de ropa para bebés, cosméticos, etc. La empresa en la que trabajaba como costurera se reestructuró y se le ofreció una compensación a cambio de renunciar a su trabajo. Con parte de ese dinero, compró una máquina de coser industrial y estableció su primer negocio, que consistió en un taller de costura. Pero ella quería más, quería trabajar en el comercio minorista. Después de un tiempo comenzó a trabajar como vendedora en una tienda de ropa, donde trabajó durante diez años. Cuando su jefe se puso enfermo, le ofrecieron la posibilidad de mantener el negocio. Sopesó los pros y los contras, decidió aceptar la oferta y solicitó un préstamo para tal fin. Durante los dos años siguientes, Ana María Pereira trabajaría los siete días de la semana, catorce horas al día, vendiendo y cosiendo telas. No contaba con empleados durante ese tiempo. A medida que la marea comenzó a cambiar, comenzó a contratar personal y actualmente tiene un grupo de colaboradores a tiempo completo y dos tiendas: una vende ropa para mujeres y hombres y la otra vende lencería. Durante la pandemia del COVID-19, Ana María Pereira no solo reforzó su presencia en las redes sociales, donde realizó varias campañas promocionales, sino que también comenzó a hacer máscaras sociales para sus clientes.
- **Tipo de negocio:** venta de ropa al por menor
- **Objetivos empresariales:** vender ropa y ofrecer un servicio personalizado al cliente
- **Servicios propuestos:** ventas
- **Número de empleados:** 3



CITA DE LA EMPRENDEDORA “La mejor publicidad que puedo tener es la satisfacción de mis clientes”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** el impulso de Ana Maria Pereira por ser vendedora y su experiencia en el sector de la venta al por menor.
- **Estatus social antes de la creación del negocio:** vendedor de ropa al por menor.
- **Desafíos encontrados:** administrar pedidos y el riesgo y la responsabilidad inherentes de tener un negocio y salarios que pagar.
- **Solución a los desafíos:** Ana Maria Pereira siempre fue muy cuidadosa en la gestión de tareas, su prioridad siempre fue cumplir con sus responsabilidades.
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** haz lo que te gusta hacer profesionalmente pero sé responsable, haz los cálculos.

Caso práctico 16

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Madalena Rugeroni
- **Edad:** 29
- **Nacionalidad:** portuguesa
- **Puesto laboral:** gerente nacional y líder de Too Good to Go Portugal
- **Nivel de estudios:** grado en relaciones internacionales y periodismo

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:**

Madalena Rugeroni vivió en Estados Unidos durante cinco años, donde estudió y trabajó en varias empresas como Google, Young & Rubicam y Havas Media Worldwide. Cuando Madalena decidió regresar a Portugal, se propuso crear su propio negocio, una start-up que combinaba la tecnología con su amor por la comida. Creó Misk, una red social diseñada para personalizar las experiencias gastronómicas de sus usuarios, permitiéndoles encontrar recomendaciones. Sin embargo, este negocio se terminó.

Luego llegó la oportunidad, en 2019, cuando Madalena se convirtió en gerente nacional de Too Good to Go, cuya misión es actuar contra el desperdicio de alimentos, con el objetivo de generar un cambio positivo en la sociedad y el medio ambiente. Este movimiento, creado en Dinamarca, se basa en una aplicación que permite a los usuarios comprar comida excelente en restaurantes, hoteles y supermercados. Siendo una entusiasta de tener un negocio con un propósito, en un año la mujer Madalena evitó que más de 100,000 comidas terminaran en la basura.



- **Tipo de negocio:** start-up digital y emprendimiento social
- **Objetivos empresariales:** combatir el desperdicio de comida
- **Servicios ofertados:** utilizar la tecnología digital para conectar a las personas y animarlas a reducir los desperdicios de comida



CITA DE LA EMPRENDEDORA “Lo importante es que todos y todas lo hagan lo mejor que puedan”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** Madalena Rugeroni es una foodie que ama la tecnología. Con un fuerte perfil emprendedor, Madelena presentó un proyecto muy innovador en Portugal.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** emprendedora
- **Desafíos encontrados:** Madalena Rugeroni tuvo que lidiar con el escepticismo cuando hablaba de su proyecto, al principio la gente encontraba extraña su idea de negocio.
- **Solución a los desafíos:** superó esta situación demostrando que el proyecto empresarial Too Good to Go funciona y tiene un propósito, que es relevante para los propios clientes.
- **Organización de apoyo:** Too Good to Go
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** crea un negocio con un propósito

Caso práctico 17

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Liliana Pereira
- **Edad:** 39
- **Nacionalidad:** portuguesa
- **Puesto laboral:** emprendedora y gestora medioambiental
- **Nivel de estudios:** grado en ingeniería medioambiental y posgrado en cosmetología avanzada



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Caracóis Saudáveis – Método Curly Girl [Rizos saludables – Método Curly] es un proyecto que nace en 2017, como respuesta a las necesidades personales de Liliana Pereira. En esa época, Liliana Pereira no estaba contenta con el aspecto de su cabello y estaba luchando por superar la situación. Comenzó a investigar qué productos para el cabello y qué rutina diaria debería adoptar para mejorar la apariencia de su cabello. Liliana descubrió el manual Curly Girl, de Lorraine Massey, y decidió experimentarlo. Se volvió una entusiasta del método y tuvo tanto éxito que quienes la rodeaban comenzaron a notar y a elogiar los cambios en su cada vez más saludable y hermoso cabello rizado. En enero de 2018, cuando varias personas comenzaron a acercarse a ella para pedirle su consejo de experta, decidió crear una página y un grupo de Facebook, que creció de manera desenfrenada. En un par de meses, creó otros dos grupos (uno enfocado en niños con cabello rizado y el otro en productos para el cabello). Liliana aumentó progresivamente su presencia en otras plataformas digitales y ahora es una habitual de TikTok, YouTube e Instagram. Junto a las acciones de marketing digital, Liliana trabaja como consultora ofreciendo su asesoramiento experto a todos con el objetivo de seguir el método y realiza varios talleres dirigidos a peluqueros profesionales. Finalmente, basándose en sus conocimientos de química, creó una gorra para mejorar los resultados de los productos para el tratamiento del cabello.
- **Tipo de negocio:** consejera de belleza y venta de productos para el cabello
- **Objetivos empresariales:** dar apoyo a quienes quieren aceptar o mejorar sus rizo o rizos naturales, a la vez que aseguran que su cabello se mantiene saludable
- **Servicios ofertados:** consultoría, talleres y productos para el cabello
- **Número de empleados:** 3



CITA DE LA EMPRENDEDORA “Empoderar a las mujeres a través de una actitud pro-curl”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** Lorraine Massey a quién Liliana Pereira tuvo la oportunidad de conocer en persona, cuando fue a Nueva York y visitó su peluquería.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** gestora medioambiental
- **Desafíos encontrados:** limitaciones de tiempo, ya que Liliana sigue ocupando un puesto a tiempo completo y tiene un hijo
- **Solución a los desafíos:** no duerme mucho, pero hacer lo que le encanta la motiva a seguir
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** la resiliencia y la perseverancia marcan la diferencia. Trabajar por un salario no es suficiente, hay que buscar la realización personal y ayudar a otras personas.

Caso práctico 18

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Manuela Medeiros
- **Edad:** 68
- **Nacionalidad:** portuguesa
- **Puesto laboral:** emprendedora, fundadora y dueña de Parfois



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:**

Manuela Medeiros es un claro ejemplo de pionera y emprendedora muy exitosa. Durante los últimos 25 años, logró crear un imperio desde cero. Manuela Medeiros es la creadora de la marca de complementos de moda Parfois (carteras, carteras, zapatos, bisutería, pañuelos, sombreros, maletas, cinturones y, recientemente, ropa). La primera tienda se abrió, en 1994, en Oporto. Para entonces Manuela Medeiros tenía 42 años.



A Manuela Medeiros se le ocurrió su idea de negocio después de realizar varios viajes a Londres, donde siempre encontraba varias tiendas de complementos de moda femenina. El concepto de la marca también fue clave, ya que Manuela Medeiros construyó su negocio basándose en un enfoque democrático de los accesorios de moda femenina.

El éxito de la marca llevó a su expansión a través de franquicias. En 2019, Parfois logró la impresionante cantidad de 1000 tiendas físicas en Portugal y 805 en el extranjero. Además, la marca tiene una fuerte presencia en las redes sociales y una tienda en línea. Todos los productos Parfois son diseñados internamente por un equipo de 40 diseñadores y las tiendas reciben novedades cada semana. La mayoría de los empleados de Parfois son mujeres (80%, en 2019).

- **Tipo de negocio:** venta al por menor de accesorios de moda femeninos
- **Objetivos empresariales:** producir y vender accesorios de moda asequibles
- **Servicios ofertados:** diseño, producción y venta de accesorios de moda femenina
- **Número de empleados:** 3121 empleados directos (sin incluir las tiendas franquiciadas)

CITA DE LA EMPRENDEDORA “Dejo el saldo a los contables. Para mí lo más importante es tener objetivos de futuro”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de la empresa:** cuando viajaba a Londres, a Manuela Medeiros siempre le encantaba visitar las tiendas de complementos de moda femenina, como Top Shop, porque no había nada similar en Portugal.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** Manuela Medeiros ya era una emprendedora; tenía una tienda de ropa en Oporto.
- **Desafíos encontrados:** según la opinión de Manuela Medeiros, gestionar y asesorar a los recursos humanos es lo más difícil.
- **Solución a los desafíos:** Manuela Medeiros valora la ambición, la disponibilidad y el compromiso a la hora de contratar personal. Subraya que un buen equipo es fundamental para llegar tan lejos como ella.
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** siempre mirar hacia el futuro.

Casos de España *Incorporados por GDOCE*

Caso práctico 19

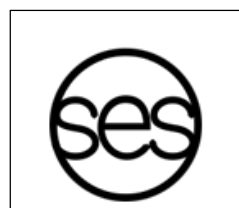
BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN

- **Nombre:** María Xosé Silvar Fernández
- **Edad:** 38
- **Nacionalidad:** española
- **Puesto laboral:** cantante y compositora
- **Nivel de estudios:** licenciatura y máster



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Name + history:** SES
Siempre escapó de un modelo de negocio tradicional, ya que no le gusta considerarse una empresa. Quería trabajar bajo sus propias reglas y ser creativa. Por eso comenzó su banda donde ella es la vocalista y también la escritora.
- **Tipo de negocio:** música
- **Objetivos empresariales:** compartir sus mensajes y creaciones artísticas. Promover la música y la lengua gallegas.
- **Servicios ofertados:** música folclórica, música gallega, conciertos.
- **Número de empleados:** es cantautora pero en ocasiones trabaja hasta con 11 compañeros.



CITA DE LA EMPRENDEDORA “una vez que lo haces, ya lo eres”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** sus ganas de desarrollar su propio trabajo, el cuál también era su pasión, con sus propias reglas y de la manera que ella quería.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** estudiante y empleada.

- **La organización empresarial pertenece a su área de estudios:** No.
- **Desafíos encontrados:** Se encuentra que ser una mujer destacada todavía es algo difícil hoy en día. Otro de sus desafíos fueron los obstáculos emocionales.
- **Solución a los desafíos:** se considera afortunada pero es consciente de que pueden surgir muchos problemas. Para la gente con hijos, por ejemplo, la clave estaría en tener algún tipo de ayuda que les permita seguir trabajando sin tener que renunciar a otras cosas.
- **Organización de apoyo:** No.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** no tiene.
- **Recomendaciones a futuras emprendedoras:** empieza haciendo lo que te gusta para ser la persona que quieres ser; es importante ser constante.

Caso práctico 20

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Águeda Ubeira Navazas
- **Edad:** 35
- **Nacionalidad:** española
- **Puesto laboral:** dueña de una pequeña empresa
- **Nivel de estudios:** Ciclo superior

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Chupipostres es un negocio que se basa en la elaboración de postres. Uno de sus puntos fuertes es la posibilidad de pedir a domicilio un desayuno con productos artesanales.
- **Tipo de negocio:** pequeña empresa
- **Objetivos empresariales:** seguir creciendo y abrir otros locales
- **Servicios ofertados:** elaboración de postres y servicio de entrega a domicilio
- **Número de empleados:** 4



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** el blog que tenía con su hijo y el hecho de que los cupcakes, el fondant y todo ese estilo de panaderías estaban muy de moda en ese momento. Además, donde vive se enteró de que existía un nicho de mercado para el negocio.
- **Estatus social antes de la creación del negocio:** empleada a tiempo completo
- **La organización empresarial pertenece al área de estudios:** no
- **Desafíos encontrados:** todos los obstáculos legales y burocráticos
- **Solución a los desafíos:** contratar un servicio de consultoría, cursos de formación, training...
- **Organización de apoyo:** no
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** seguir mejorando y abrir otros locales en la zona y otros lugares cercanos.

Caso práctico 21

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

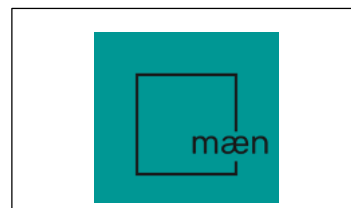
- **Nombre:** Maen
- **Edad:** 43
- **Nacionalidad:** española
- **Puesto laboral:** autónoma
- **Nivel de estudios:** Bachillerato

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Maen Life

Maen acompaña a las personas, para ser quienes quieren ser y no quien tienen que ser, trabaja con herramientas propias como planner life o herramientas de PNL, coaching, mindfulness, sistémico y psicoterapia.

- **Tipo de negocio:** otros
- **Objetivos empresariales:** poder enseñar a otros sus métodos para poder ayudar a más personas.
- **Servicios ofertados:** Maen llama a sus servicios Etapas, y hay varias Etapas Life, dependiendo del presente de la persona, y las Etapas Planner, las cuáles son para ayudar a la personas a planificar su vida para vivir el tiempo y planificar su espacio para disfrutar su vida.
- **Número de empleados:** 1



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** su propia experiencia de vida y sus preguntas acerca de cómo podemos gestionar nuestros pensamientos, por tanto nuestras emociones y en definitiva la percepción que tenemos de la vida.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** trabajadora.
- **La organización empresarial pertenece a su campo de estudios:** sí.
- **Desafíos encontrados:** Maen explica que cada día es un desafío, ya que la gente progresa de forma diferente. Ella adapta sus herramientas a cada persona y no al revés. Por otro lado, antes de la pandemia del COVID-19 solo trabajaba de forma presencial y ha sido un desafío para ella adaptar todo su trabajo al formato online.

- **Solución a los desafíos:** siempre está buscando nuevas opciones, observando a los demás y adaptando sus soluciones a sus propios problemas.
- **Organizaciones de apoyo:** no.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** todavía no está diseñado.
- **Recomendaciones a futuras emprendedoras:** Maen considera que es muy importante antes de dar el paso de emprender bajar a tierra todas las ideas, absolutamente todas y ver el porque y el para que, el siguiente paso cuando ya sabemos que queremos crear, hacerlo de dentro hacia fuera, no del producto a la persona, sino de las personas al producto.

Caso práctico 22

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** María del Mar Vázquez
- **Edad:** 47
- **Nacionalidad:** spanish
- **Puesto laboral:** autónoma
- **Nivel de estudios:** título de técnico.

DRESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Cun Estética y Bienestar

Cun Estética y Bienestar es la fusión de dos pasiones, un lugar donde el cuidado, la relajación y la fusión de dos pasiones, un lugar donde el cuidado, la relajación y la belleza se unen con la fuerza, la energía y la pasión. Es un espacio de cuidado y bienestar donde puedes venir a relajarte un rato y cuidarte de vez en cuando.

Mar siempre ha pensado en crear un nuevo concepto de centro de belleza, más acorde con la idea de un spa urbano donde la gente pudiera ir a relajarse y cuidar su piel al mismo tiempo. Siempre ha trabajado como técnica titulada en estética en diferentes centros hasta que en 2017 decide dirigir su propio centro más especializado en tratamientos de bienestar y naturales.



- **Tipo de negocio:** estética y bienestar
- **Objetivos empresariales:** ofrecer servicios de estética y ayudar a sus clientes a tener una piel más saludable gracias a productos y técnicas naturales.
- **Servicios ofertados:** tratamientos faciales y corporales, masajes, tratamientos naturales (maderoterapia, reflexología, etc).
- **Número de empleados:** 1

Los amigos son muy importantes cuando se trata de empezar un nuevo proyecto

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** Mar siempre ha estado interesada en el cuidado personal, no solo por fuera sino también por dentro. Esto le ha llevado a realizar diferentes cursos y formaciones relacionadas con esta temática.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** empleada en un centro de belleza.
- **La organización empresarial pertenece a su campo de estudios:** no.
- **Desafíos encontrados:** una falta enorme de competencias digitales. Hoy en día en un negocio como este las competencias tecnológicas son claves para llevar a cabo una buena estrategia de difusión en redes sociales. Además, también es importante para alcanzar clientes potenciales saber cuáles son los pasos esenciales para realizar una buena campaña publicitaria a través de las redes sociales, o cómo incluir tus datos de empresa en internet. Llevar una empresa sola también requiere tener habilidades en administración y organización a las que no estamos acostumbradas cuando somos empleadas.
- **Solución a los desafíos:** gracias a algunos amigos que la ayudaron y a sus ganas de desarrollar su negocio, Mar empezó a aprender las competencias necesarias. Además también asistió a cursos de formación para mejorar su seguridad y sus competencias digitales.
- **Organización de apoyo:** no.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** no diseñado todavía.
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** es muy importante diferenciarse de los demás y especializarse en algo para ofrecerlo a tus clientes y que te recuerden a ti o a tu negocio por ello.

Caso práctico 23

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Elena Ferro Lamela
- **Edad:** 37
- **Nacionalidad:** española
- **Puesto laboral:** artesana
- **Nivel de estudios:** máster

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Eferro zocos e coiro: Elena continua una larga tradición familiar de artesanos que fabrican los tradicionales zuecos gallegos. Esta forma artesanal de producir los zuecos estuvo a punto de desaparecer pero ahora vuelve gracias a la apuesta por crear modelos modernizados y ergonómicos. Eferro ha sido una de las marcas promotoras de esta revitalización.
- **Tipo de negocio:** pequeña empresa (commerce)
- **Objetivos empresariales:** reactivar la profesión de los artesanos que se estaba perdiendo.
- **Servicios ofertados:** zuecos tradicionales Gallegos y también modelos más modernos y ergonómicos.
- **Número de empleados:** 9



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración de la idea de negocio:** las ganas de mantener el negocio familiar y el taller artesano tradicional.
- **Estatus social antes de la creación del negocio:** trabajadora del taller
- **La organización empresarial se encuentra dentro de su campo de estudios:** no
- **Desafíos encontrados:** La aceptación del producto por parte del cliente.
- **Solución a los desafíos:** intentar incorporar nuevos modelos o cambios en sus productos para satisfacer los objetivos de los clientes.
- **Organizaciones de apoyo:** no
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** no

Caso práctico 24

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Nuria Fernández Delgado
- **Edad:** 43
- **Nacionalidad:** española
- **Puesto laboral:** Contable y gestora de redes sociales
- **Nivel de estudios:** Licenciatura y máster

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de empresa: Nufede**

Nuria gestiona su empresa desde su marca personal, Nufede, es Social Media Manager, gestiona redes sociales de empresas, ofrezco auditorías y mentorías, soy formadora en redes sociales llegando a ser formadora oficial de Facebook en 2019 para Castilla y León. En 2019 creó su primer producto físico, el Community Planner. En 2020 lanzó su primer infoproducto, una formación de hashtags. También crea estrategias de marketing desde su marca y doy visibilidad a negocios y empresas que quieren crecer en redes sociales.



- **Tipo de negocio:** Marketing
- **Objetivos empresariales:** duplicar el número de clientes y crear un equipo de trabajo que la ayuden a generar más negocio.
- **Servicios ofertados:** gestión de redes, creación de estrategias, mentorías, auditorías, formación en redes sociales y venta de planificadores para la gestión de redes sociales y formación de infoproductos.
- **Número de empleados:** 1 (aunque cuenta con 2 colaboradores autónomos)

“Emprender sin un plan establecido, es como ir a ciegas”

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** las ganas de tener su propio negocio.

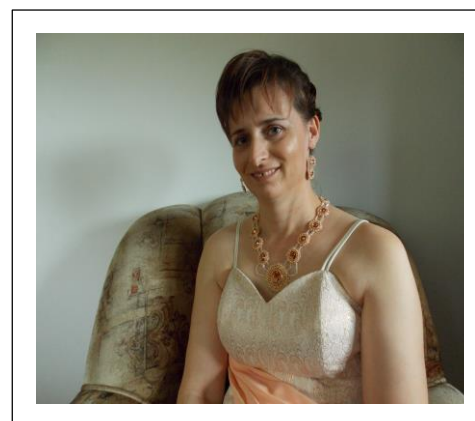
- **Estatus social antes de la creación del negocio:** trabajadora.
- **La organización empresarial se encuentra dentro de su campo de estudios:** no.
- **Desafíos encontrados:** el desconocimiento de este campo por parte del cliente, ninguna subvención o ayuda para mujeres emprendedoras.
- **Solución a los desafíos:** formar a su audiencia para que entiendan el objetivo de estar en redes sociales. Sobre las subvenciones, no encontró ninguna solución.
- **Organizaciones de apoyo:** no.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** no diseñado
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** si crees en tu proyecto, trabaja duro, demuestra que existe esa necesidad, educa para que conozcan los beneficios, haz mucho networking y siempre ten un plan B, los ingresos nunca pueden generarse por un solo canal.

Casos de Polonia
Incorporados por Viva Femina

Caso práctico 25

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Renata Kaczmarzyk
- **Edad:** 41
- **Nacionalidad:** Polaca
- **Puesto de trabajo:** autónoma
- **Nivel de estudios:** Máster en gestión financiera



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:**

Renata trabaja con su propio nombre y apellido, quería estar asociada de esta manera, y no con un nombre que suene extraño.

Su negocio comenzó hace unos 8 años cuando se compró un juego de bisutería soutache en línea. Desafortunadamente, el producto no cumplió con sus expectativas, era de baja calidad y no era estético. En ese momento, Renata pensó que podía mejorarlo. Comenzó a aprender todo por sí misma, principalmente de vídeos en Internet, y después de dos años se dio cuenta de que ahora es posible mostrar sus productos al mundo. Al principio vendía en Allegro, luego se atrevió a participar en las primeras ferias y espectáculos. Hoy en día, Renata no tiene miedo de exhibir sus productos en las ferias o mercados de joyería más prestigiosos.

- **Tipo de negocio:** diseño y venta de joyas.

- **Objetivos empresariales:**

El objetivo de Renata es hacer felices a las mujeres cuando se ponen sus joyas, hacerlas sentir más bellas, más valoradas, porque reciben un producto artesanal único en el que Renata pone mucho entusiasmo, paciencia, compromiso y corazón - solo una parte de ella misma. Renata hace todo con el mayor cuidado, como si lo hiciera por sí misma, porque solo así puede estar segura de que será de la mejor calidad. El objetivo de Renata también es sentirse feliz porque hace algo que ama y gana dinero al mismo tiempo.

- **Servicios ofertados:** Renata crea joyas artísticas bajo pedido para sus clientes.

- **Número de empleados:**

Renata trabaja sola, pero la constante de falta de tiempo que cada vez va a más, le hace pensar en contratar a un empleado, por ejemplo durante la época en que vende sus productos en ferias.

- **Contacto:**

Website: sutasz-baltow.pl.tl

FB: <https://www.facebook.com/SutaszRenataKaczmarzyk>

- **Presentación del producto**



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración de la idea de negocio:**

Las inspiraciones para crear joyas están absolutamente en todas partes, principalmente en la naturaleza, y la mayoría de ideas se crean en la imaginación de Renata para la cuál no tiene límites, y las posibilidades son infinitas...

- **Estatus social antes de abrir el negocio:** emprendedora.

- **La organización empresarial se encuentra dentro de su campo de estudios:**

Sí y no, Renata no se graduó en ninguna Academia de Bellas Artes, pero en su campo de estudio hubo muchas clases de administración, contabilidad, marketing y publicidad, y este conocimiento es muy útil para ella en el manejo del negocio.

- **Desafíos encontrados:** Renata tuvo suerte de haber iniciado su propio negocio cuando sus hijos crecieron ya que así no interferían en su trabajo, p. ej. esparciendo las cuentas por toda la casa. A día de hoy, su hijo tiene 20 años y su hija 17. Desde el principio, Renata pudo contar con su esposo para apoyarla en todo lo que hizo.

- **Organizaciones de apoyo:** desde que Renata lleva su negocio, una organización de este tipo que la apoya es Commune Office (Gmina Office) en Bałtów, a través de la cual Renata es invitada a varios eventos y viajes donde la comunidad se promociona y también tiene la oportunidad de presentar sus productos a nuevos clientes.

- **Plan de sostenibilidad de la empresa:**

El plan de Renata para el future es crear una tienda online y expandir sus ventas de manera digital, lo cual se ha vuelto especialmente importante en la era del COVID-19.

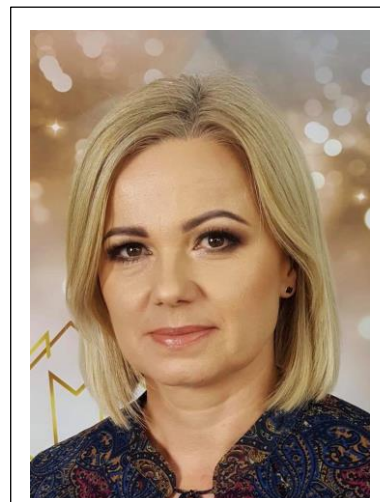
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:**

“No tengas miedo a convertir tus sueños en realidad, y cuando llegues a un objetivo, busca el siguiente de inmediato”

Caso práctico 26

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Aneta Osypanka
- **Edad:** 46
- **Nacionalidad:** polaca
- **Puesto de trabajo:** gerente de ventas/empleada a media jornada
- **Nivel de estudios:** educación superior



DESCIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:**

Avon Cosmetics Poland

Es una empresa mundial que se dedica a la producción y distribución de cosméticos, vendiéndolos en el sistema de venta directa utilizando marketing multinivel. La empresa opera en más de 135 países. La compañía fue fundada en Nueva York en 1886 como California Perfume Company. Su fundador fue David H. McConnell. Desde 1939, ha estado operando bajo el nombre de Avon Products Inc.

La historia de Aneta comenzó en 1997 cuando se encontró con un anuncio de la marca en una revista femenina. Luego informó de su interés en trabajar con la compañía y comenzó su viaje en un nuevo rol: Consultora recomendando y vendiendo cosméticos. Fue genial combinar este papel con el de madre. Al mismo tiempo, estaba adquiriendo conocimientos sobre productos y servicio al cliente profesional para desarrollar su negocio de manera aún más eficaz. Aneta trabajó por cuenta propia desde el principio. Mientras dirigía un negocio, estaba adquiriendo nuevas experiencias y competencias. Después de aproximadamente dos años de cooperación como Consultora, recibió una propuesta para desarrollarse como Gerente de Ventas de Distrito y así crear un equipo de Consultores en parte de la provincia de Podkarpackie. Gracias a un enorme compromiso, trabajo sistemático y mejora continua de sus competencias gerenciales, creó uno de los mejores equipos en desarrollo en Polonia, lo que le permitió estar entre los equipos TOP y mantener esta posición durante muchos años. Hoy Aneta trabaja con un equipo de 103 Líderes directamente subordinados a ella, quienes también construyen y desarrollan sus equipos de ventas, y con un grupo de 2600 consultores. Aneta proporciona sistemáticamente reuniones de formación, productos e incentivos para su gente. Sola, se está desarrollando constantemente gracias a la formación disponible para seguir el mercado cambiante

- **Tipo de negocio:** venta directa

- **Objetivos de la empresa:**

Reclutamiento, desarrollo de equipos y estructuras de venta, incremento de las ventas, formación, motivación.

- **Servicios ofertados:**

Venta de cosmética, cooperación como consultora / líder de ventas, por ej. responsable de construir y formar a un equipo de consultores.

- **Número de empleados:** cooperación con un grupo de 103 líderes de ventas y 2600 consultores.

- **Contacto:**

Tel. 602603978 mail; aneta.osypanka@avonoms.pl

Página web:

<https://www.facebook.com/aneta.osypanka/>

- **Presentación de la actividad:**



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** industria de la belleza femenina
- **Estatus social antes de la creación del negocio:** autónoma
- **La organización empresarial se encuentra en su campo de estudios:**

No en sus estudios de máster pero sí en sus estudios de posgrado.

- **Desafíos encontrados:** los factores socio económicos son un constante desafío a la hora de crear un negocio, especialmente para las mujeres, quienes forman el 90% de las colaboradoras dentro de la industria de Aneta.
- **Solución a los desafíos:**

Conciliar la participación de Aneta en la construcción de un negocio y su desarrollo, con la responsabilidad simultánea de su familia, es a menudo un desafío y requiere una planificación adecuada y la definición de los valores que la guían. Aneta ha planeado estos temas cuidadosamente, los ha definido y con mucho apoyo de su familia, pudo desarrollarse exitosamente como emprendedora.

- **Organizaciones de apoyo:** NO
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:**

Para Aneta, es un negocio estable donde las ventas crecen y sus asociadas se pueden ir desarrollando.

- **Recomendaciones para futuras emprendedoras**

“En mi trabajo, pongo a la gente en primer lugar; su desarrollo, motivación y éxito. Un equipo apreciado y motivado es la clave del éxito”



Caso práctico 27

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Monika Wodziańska
- **Edad:** 39
- **Nacionalidad:** polaca
- **Puesto laboral:** autónoma
- **Nivel de estudios:** educación superior



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Historia de la empresa:

Deka.pl

La actividad fundada por Monika comenzó en 2014 con el establecimiento de una cooperación con una marca líder en el área de servicios de TI. Su propio negocio le dio la oportunidad de cooperar con varios socios al mismo tiempo y no se limitó a una industria. La experiencia profesional anterior - cambió de industria varias veces de editoriales, pasando por imprentas, a una agencia de contratación - la convenció de que nada era imposible y que los posibles problemas son desafíos que generalmente se pueden resolver fácilmente, siempre que reaccione rápidamente.

- **Tipo de negocio:** Agencia de publicidad
- **Objetivos empresariales:** financieros, realización de su pasión
- **Servicios ofertados:**
Tipografía, preparación para impresión, identificación visual, materiales promocionales y publicitarios para empresas (folletos, catálogos, carpetas), desarrollo de sitios web, gráficos para redes sociales, consultoría en el campo de la seguridad y servicios informáticos.
- **Número de empleados:** 1
- **Contacto:**
Formulario de contacto en la web: deka.pl

• **Presentation of activities :**



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** experiencia profesional y voluntad para seleccionar proyectos que le gustaría desarrollar.
- **Estatus social antes del negocio:** empleada/freelance
- **La organización empresarial se encuentra en su campo de estudios:** no
- **Desafíos encontrados:** encontrar un socio comercial serio para una cooperación permanente a largo plazo.
- **Solución a los desafíos:** buscar pacientemente entre empresas locales. Se enfocó en seleccionar entidades que han existido en el mercado por un período más largo o que operan en un área interesante.
- **Organizaciones de apoyo:** no.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** utiliza sus conocimientos y habilidades para mejorar la imagen de las empresas colaboradoras. Generar confianza en sí misma y en sus servicios.

- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** rodéate de personas que te inspiren a desarrollarte más. No tenga miedo al cambio y trata de no limitarte a la industria o al medio ambiente.

Caso práctico 28

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Katarzyna jakubowicz czachur
- **Edad:** 53
- **Nacionalidad:** polaca
- **Puesto de trabajo:** 1/ gerente de recursos humanos en una empresa; 2/ co propietaria de una casa rural -miętowy anioł-mint angel-.
Dirección: równia 10, ustrzyki dolne
- **Nivel de estudios:** educación superior

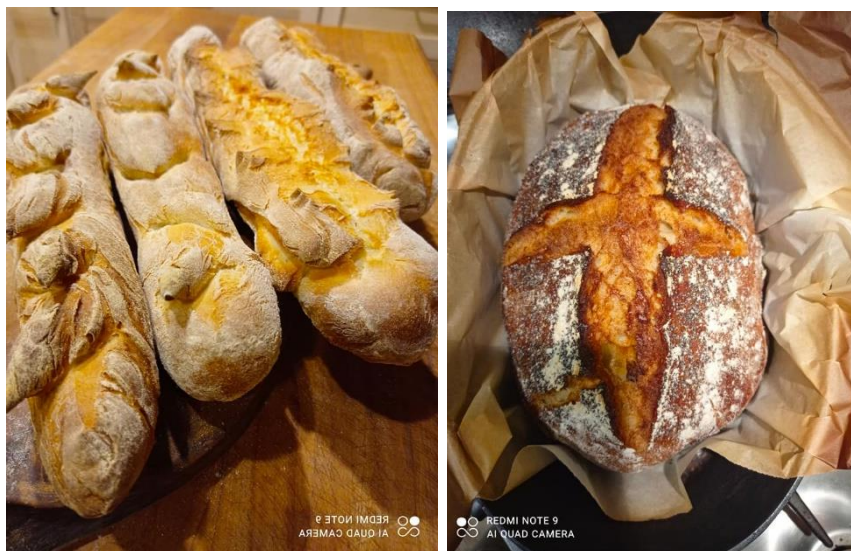


DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** casa rural de agroturismo “miętowy anioł”, año de fundación:2017
- **Tipo de negocio:** agroturismo
- **Objetivos empresariales:** alojamiento y comida para turistas y popularización de la cultura culinaria de podkarpacie y más allá.
- **Servicios ofertados:** alojamiento, comidas, talleres culinarios y musicales
- **Número de empleados:** 2 (propietarios)
- **Contacto:** tel. 796 354 085; correo: mietowyaniol@gmail.com
Página web:www.mietowyaniol.pl
<https://www.facebook.com/mietowyaniol>
- **Presentación de las actividades:**







TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:**

El Mint Angel es un lugar en las montañas Bieszczady donde encontrar la paz, el azul del cielo y los colores fragantes de los bosques... Aquí encontrarás impresionantes vistas, serpenteantes senderos de montaña, amaneceres y atardeceres llenos de rojo. También encontrarás todo lo que necesitas para ganar vitalidad y fuerza después de un arduo trabajo respirando aire puro.

Los anfitriones son Kasia y Paweł, que han escapado del ajetreo y el bullicio de las ciudades del siglo XXI y han creado un lugar donde reciben con el corazón abierto a todos los que quieran pasar su tiempo en las montañas Bieszczady.

Ella - con grande pasión por el deporte y el senderismo en la montaña. Era corredora de maratón, pero se vió obligada a hacer una pausa después de una lesión...

Apoya a todos los corredores en senderos de montaña en ultramaratones. Apasionada de la cocina. Logró participar en el programa de televisión "Ugotowani" (Ven a cenar conmigo).

Él - artista gráfico, pintor y músico - guitarrista y cajonista. Participa en festivales de música creando un hermoso mundo de juego con la naturaleza.

Ambos, pacientes y abiertos a todos, con pasión por la vida. Crean un lugar donde todos pueden regresar y capturar la calidez del cuerpo y el alma. Te invitan a pasar tiempo con personas que quieran compartir su energía con los demás.

En la puerta de su casa, olerás el maravilloso pan horneado según la receta de la abuela, proziaki, sopa en escabeche con champiñones de un bosque cercano, tocino ahumado o jamón al enebro, o macis local. Un hogar donde la música puede envolverte de calidez y darte la alegría de ser. Los huéspedes no pasan tiempo en sus habitaciones, sino interactivamente con otros cohabitantes. La televisión está solo en la

sala de estar. Kasia quiere que los invitados pasen tiempo hablando juntos sobre el mundo, los viajes, incluso la política, sobre todo y nada.

- **Estatus social antes de la creación del negocio:** empleada en una corporativa. Todavía trabaja y gestiona su equilibrio entre su vida profesional y personal gracias a su pareja Paweł.
- **La organización empresarial se encuentra dentro de su campo de estudios:** no
- **Desafíos encontrados:** económicos. Obtener un préstamo para comprar una casa y la situación legal fue un verdadero desafío para ellos. Sin embargo, nada es imposible cuando realmente quieres tener una casa como "Mint Angel".
- **Solución a los desafíos:** paciencia, tiempo y apoyo de buenas personas.
- **Organizaciones de apoyo:** ninguna.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** no.
- **Recomendaciones a futuras emprendedoras**

"Haz lo que te gusta, atrévete a tomar decisiones.

Cuando tomes una decisión: no pares, ahora no..."

Caso práctico 29

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Wioletta kruczek
- **Edad:** 55
- **Nacionalidad:** polaca
- **Puesto laboral:** dueña de una empresa, pastelera
- **Nivel de estudios:** educación secundaria y máster en pastelería.



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

PPUH WESTO Wioletta Kruczek Kalinka Planta de producción de confitería.

La empresa fue fundada en 1989 como un pequeño café llamado "Kalinka", que servía café, postres helados y repostería propia (nata, tarta de manzana, tartas). Después de 2 años de funcionamiento, la empresa fue suspendida porque nació el segundo hijo de Wioletta y ser madre era una prioridad para ella. En ese momento, no tenía otra opción. Y así la empresa fue suspendida hasta 1995. En los años 1995-1998 la empresa operó como un pequeño mayorista, vendiendo dulces y bebidas.

En 1998, fue posible iniciar la producción de confitería a pequeña escala. En un edificio con las dimensiones de 56m², el 1 de abril de 1998, en April Fools, Wioletta y su amiga comenzaron la producción. Los primeros productos horneados fueron las tortas navideñas, hornearon 30 tortas y las obsequiaron a todas las instituciones de la zona, invitándolas a realizar pedidos por teléfono de repostería navideña. De esta forma lograron encontrar sus primeros clientes.

Con el tiempo, el número de clients aumentó y Wioletta y su marido compraron una vieja casa en la calle principal de un pueblo llamado Błazowa. Lograron obtener financiación de ARIM (Agencia de Reestructuración y Modernización de la Agricultura) para puestos de trabajo, como resultado crearon 6 puestos, y con los fondos obtenidos rehabilitaron el edificio. En diciembre de 1999, trasladaron la empresa a un nuevo edificio. Desde entonces, prestan servicios de repostería para bodas, bautizos, comuniones y otras celebraciones. Diariamente abastecen a las tiendas con pan dulce, bollos, bollos de repollo, galletas, fondant, tartas de manzana, etc. En 2009 compraron un segundo edificio, que ahora alberga un autoservicio de comidas y una tienda de la empresa.

- **Tipo de negocio:**
Trabajadora autónoma - Empresa de producción-servicios-comercio.
- **Objetivos empresariales:**
Suministrar a los clientes productos naturales, frescos, a base de recetas caseras según sus pedidos. Cuidando la calidad y satisfacción del cliente de acuerdo con el

lema publicitario “Llama, ordena, y te lo realizaremos y te lo entregaremos en la dirección indicada”.

- **Servicios ofertados:**

- ✓ abastecimiento a las tiendas con sus propios productos (crema, tarta de manzana, panecillo, galletas, etc.)
- ✓ servicio de eventos especiales (bodas, comuniones, bautizos, etc.)
- ✓ entrega de pedidos y productos a domicilio.

- **Número de empleados:** actualmente 18 trabajadores

- **Contacto:**

correo:

poczta@cukierniakalinka.pl

página web:

FB:

<https://www.facebook.com/CukierniaKalinka>

Presentación de las actividades:



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración de la idea de negocio:**

Cuando era niña, Wioletta iba a ayudar con las bodas, siempre quiso ofrecer este tipo de servicios para ayudar a los anfitriones con la repostería y esto la inspiró a crear una confitería que realizara los pedidos y se la entregara al cliente en la dirección indicada.

- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** empleada

- **La organización empresarial pertenece a su campo de estudios:** sí

Sí, aunque no terminó sus estudios, el bachillerato fue en este campo de estudios/ técnica, tecnológica y organizadora de catering masivo. El trabajo adicional y el aprendizaje continuo le permitieron dirigir la contabilidad y los recursos humanos de forma independiente para su propia empresa.

- **Desafíos encontrados:** como en la vida de todo ser humano, no existe un camino libre de problemas y sin preocupaciones hacia el desarrollo y la carrera. Wioletta también se enfrentó desafíos en el camino. Dirigir la empresa y cuidar a 6 niños fue muy divertido, las responsabilidades de madre y jefa tuvieron que separarse hábilmente y el tiempo fue bien administrado. Ella cree que el mayor desafío al que se enfrentó fue la pandemia, que dio lugar al cierre de la producción, una fuerte caída de los pedidos, dificultades para retener a los empleados y, por lo tanto, el miedo a perder la empresa.

- **Solución a los desafíos:** el apoyo de su esposo y su familia ayudó a Wioletta a ajustar adecuadamente sus tareas: pudo desarrollarse como propietaria de un negocio, pero también como madre joven. Durante la pandemia, jugó un papel importante el apoyo del Escudo Anticrisis para Empresas, que les permitió mantener puestos de trabajo y ayudar a mantener la liquidez financiera. Ella cree que no hay una situación desesperada y que por muy mala que sea, siempre se encontrará la solución óptima.

- **Organizaciones de apoyo:**

ARIM (Agencia para la Reestructuración y Modernización de la Agricultura)

PFRON (Cofinanciación de personas con discapacidad)

Oficina de Trabajo del Condado y Provincial

Grupo de Acción Local - Lider Dolina Strugu

Programa de desarrollo multifacético para Sami Sobie en una microrregión -
Programa de cooperación suizo-polaco.

- **Plan de sostenibilidad para la empresa:**

Las empresas operan en un entorno que, por su naturaleza, requiere un constante control y adaptación a nuevas normas y reglas. El desarrollo de la tecnología también les obliga a mejorar y verificar sistemáticamente los dispositivos que tienen. Una de las muchas ventajas es la estrecha relación de la empresa con el entorno natural y la comunidad local. Los proveedores locales son garantía de productos de alta calidad, probados y recomendados. Apoyar las actividades locales ayuda a la empresa a ganar respeto en el mercado y la cooperación mutua ayuda al desarrollo de la región.

- **Recomendaciones para futuras emprendedoras**

“Sigue tus sueños, no tengas miedo a hacerlos realidad, el viaje puede ser difícil pero la satisfacción es enorme”.

Caso práctico 30

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Zdzisława tubaj
- **Edad:** 71
- **Nacionalidad:** polaca
- **Puesto laboral:** dueña de una empresa, entrenadora en velocidad de lectura
- **Nivel de estudios:** Máster



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:**

Escuela de Lectura Rápida y Técnicas de Aprendizaje Techniques "TUBAJ"

La escuela, en su forma organizativa actual, inició su actividad en enero de 2001, cuando se estableció la primera sucursal en Częstochowa (hoy más de 50 sucursales). Sin embargo, estos no fueron los primeros pasos en el funcionamiento de la Escuela. En 1997, se tomaron medidas para desarrollar una metodología de formación propia para la lectura rápida y nuevas técnicas de aprendizaje. Los supuestos de esta metodología se desarrollaron sobre la base de las guías aportadas por O.A. Kuznetsov y L.N. Chromowa, basado en la propia investigación de Zdzisława, diagnóstico de lectura y clases prácticas (Zdzisława es bibliotecario y profesor de polaco por educación). También se utilizaron buenas prácticas en el campo de la psicología y los métodos de aprendizaje de autores polacos y occidentales.

En 1998, tanto en Bolesławiec como en las ciudades vecinas (Legnica, Lubin, Chojnów, Zgorzelec, Złotoryja, Lwówek), comenzó la promoción de técnicas de lectura rápida y nuevos métodos de aprendizaje. Los comienzos no fueron los más fáciles. Esta metodología fue aceptada muy a menudo con escepticismo y cierta incredulidad. Se llevaron a cabo los primeros cursos y resultó que este método funcionaba.

Los resultados del aprendizaje cumplieron con sus supuestos y, en muchos casos, superaron las expectativas.

Desde 1998 se celebra el Campeonato de Polonia de lectura veloz. El récord polaco en lectura rápida establecido en el 1er Campeonato fue de 4000 palabras / minuto con un 50% de grado de comprensión de texto.

Durante este tiempo, los alumnos de Tubaj comenzaron a leer mucho más rápido (17.000 a 21.000 palabras / minuto) y con un grado mucho mayor de comprensión (70 a 100%). De ahí la idea de participar en el campeonato.

La implementación de esta intención se inició en 1990 organizando las rondas de clasificación y seleccionando lo mejor de lo mejor. Para ello, se celebraron campeonatos de las ciudades de Bolesławiec, Legnica, Chojnów y Złotoryja. Los resultados obtenidos por los participantes animaron al equipo de Zdzisława a trabajar duro para preparar al equipo de ocho personas para el 3er Campeonato de Polonia. Con el equipo, Czesław Tubaj llevó a cabo clases y entrenamientos adicionales de varias semanas teniendo en cuenta las realidades del campeonato, mientras desarrollaba la lectura fotográfica.

El 25 de marzo de 2000 en Katowice, en la Biblioteca de Silesia, tuvo lugar la semifinal del 3er Campeonato de Polonia.

Al final resultó que, los representantes de la escuela no tenían rival y lograron los mejores resultados en el país, ¡y su estudiante estableció un nuevo récord polaco!

Las semifinales se llevaron a cabo simultáneamente en un día y al mismo tiempo en varias ciudades polacas de voivodato. Cinco representantes de cada ciudad se clasificaron para la final.

A petición del prof. Krawczuk, presidente del jurado en Katowice, justificando los sensacionales resultados, el prof. Jerzy Bralczyk - presidente del jurado de la final calificó a siete representantes de la escuela Tubaj para la final.

En la final, uno de sus representantes estableció un nuevo récord polaco: 20 374 palabras / min. ¡con un 55% de comprensión!

¡Abrió las puertas a todos!

El interés de los medios en la escuela creció rápidamente. Televisión, radio, prensa. Entrevistas, información sobre la metodología. Invitaciones a programas de radio y televisión.

Todo esto tuvo una respuesta positiva entre los candidatos presentados a los cursos y hubo interés entre los docentes en cooperar con la Escuela. En 2001 se inició la formación de profesores y la creación de una red de escuelas "Tubaj".

En la actualidad, más de 50 formadores en Polonia y en el extranjero trabajan juntos, ya que los libros de texto originales de la escuela Tubaj se han traducido al alemán.

- **Tipo de negocio:**

La escuela tiene el estatus de empresa unipersonal, pero es un negocio familiar (esposo, hija, nieto).

- **Objetivos empresariales:**

El lema principal "Aprendemos a aprender" aporta beneficios tangibles a niños, adolescentes y adultos. La escuela llega a las escuelas de primaria, secundaria y superior con su oferta educativa. Realiza formaciones para empresas y personas mayores (Universidades de la Tercera Edad).

La escuela lleva a cabo numerosos proyectos educativos financiados por la Unión Europea. Los principales beneficiarios son los niños de las escuelas primarias y secundarias con el fin de brindar igualdad de oportunidades educativas.

- **Servicios ofertados:**

Técnicas de lectura rápida y memoria para diferentes grupos de edad:

- "Cómo enseñar a un niño a leer" – talleres para padres.
- "Estudiante de medalla": una propuesta para estudiantes en los grados 1-3 con dificultades de aprendizaje.
- "Cursos de fin de semana de 6 semanas, talleres para estudiantes de primaria y secundaria, estudiantes, profesores y todos los adultos que quieran mejorar sus habilidades lectoras".
- Formación para empresas.
- Formación memorística para seniors.

- **Número de empleados:**

Una empresa familiar, multigeneracional: 6 formadores en la sede de Bolesławiec 50-60 formadores en Polonia, dirigiendo su propio negocio utilizando la metodología TUBAJ, bajo la supervisión sustantiva de la sede en Bolesławiec.

- **Contacto:**

Puede contactarnos a través de la web: szybkieczytanie.pl, por correo: tubaj@wp.pl, atubaj@aol.com, y también por Facebook: Szkoła Szybkiego C i Technik Uczenia Sie „TUBAJ”.

Teléfonos: 504 225 773, 531 900 598: este número también está disponible en alemán e inglés.

- **Presentación de actividades:**

III CAMPEONATO POLACO DE VELOCIDAD DE LECTURA - 2000



Representación de la Baja Silesia con el prof. Jerzy Bralczyk (presidente del jurado). Desde la izquierda: Czesław Tubaj - entrenador, Martyna Faryś, Karolina Faryś, Katarzyna Domańska, Izabela Fałat (arriba), Małgorzata Skowronek, Anna Konopnicka, Marcin Kozołup, Zdzisława Tubaj

IV CAMPEONATO DE VELOCIDAD DE LECTURA – 2002



Katarzyna Dominika Herba- vice-campeona de Polonia

RECORD GUINNESS



2002-12-31

Katarzyna Sobolewska era alumna de la 1ª escuela secundaria en Bolesławiec. Terminó el curso de lectura rápida en 2000. Antes del curso, era una muy buena alumna, después del curso, ¡una alumna ejemplar! La madre de Kasia, aunque le cuesta creer cómo lee Kasia, está orgullosa de ella. Kasia pudo leer el doble de rápido, pero en la final de este campeonato disminuyó la velocidad y, con un ritmo de lectura alto, se centró principalmente en el nivel de comprensión. ¡Y lo logró!



Jakub Lesiński es finalista del programa "The Brain"



Ireneusz Czyżewski en "Good morning, Poland!"

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración de la idea de negocio:** La inspiración para establecer la empresa fueron las observaciones y experiencias de Zdzisława Tubaj durante su profesión.
- **La organización empresarial está dentro de su campo de estudios:** es bibliotecaria y filóloga polaca de formación. Años de trabajo con niños y adolescentes le permitieron concluir que los métodos de enseñanza en el campo de la lectura (y no solo) no permiten el uso de todo el potencial mental de los estudiantes. Se instruye a los estudiantes para que aprendan, pero el plan de estudios no incluye instrucciones sobre cómo aprender. La mayoría de ellos son reacios a leer porque lleva mucho tiempo, y al mismo tiempo con un bajo grado de comprensión, y la lectura es, después de todo, la base del aprendizaje.

La experiencia de científicos estadounidenses, ingleses y rusos en este campo, así como sus propias experiencias, dieron la idea de crear su propia metodología y manuales.

- **Desafíos encontrados:** Zdzisława tuvo que esperar un tiempo por los efectos del trabajo. El método propuesto para aprender a leer no inspiró confianza de inmediato, y por extraño que parezca, incluso en el entorno de enseñanza. Sin embargo, cuando comenzaron a mostrarse los primeros efectos positivos del nuevo método de aprendizaje, el interés comenzó a crecer.
- **Solución a los desafíos:** el eslogan principal "Aprendemos a aprender" aporta beneficios tangibles a niños, adolescentes y adultos. Tubaj School llega a las escuelas primarias, secundarias y superiores con su oferta educativa. Realiza capacitaciones para empresas y personas mayores (Universidades de la Tercera Edad). La escuela lleva a cabo numerosos proyectos educativos financiados por la Unión Europea. Los principales beneficiarios son los niños de las escuelas primarias y secundarias con el fin de brindar igualdad de oportunidades educativas.
- **Organización de apoyo:** durante más de una docena de años, ha sido apoyada por las autoridades locales (patrocinan numerosos concursos de lectura rápida), y ha recibido interés y la cooperación con las universidades (incluida la Universidad Jagellónica, la Universidad de Wrocław).
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** en un futuro cercano, la empresa se entregará a los niños que continuarán el trabajo de sus padres con igual pasión extendiendo la oferta a los jardines de infancia, y también introducirán numerosas innovaciones.
- **Recomendaciones a futuras emprendedoras:** *Puedes hacer lo que quieras siempre y cuando tengas las herramientas necesarias para hacerlo.*

Casos de Grecia
Incorporados por la Universidad de Thessaly

Caso práctico 31

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Stella Kasdagli
- **Nacionalidad:** griega
- **Puesto laboral:** cofundadora, escritora y periodista
- **Nivel de estudios:** literature francesa en Atenas y teoría de los medios en Londres



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Women On Top es una organización sin ánimo de lucro que tiene como objetivo el empoderamiento profesional de la mujer y la igualdad en el trabajo. Fue fundada en 2012 y desde entonces ha creado y monitoreado más de 830 asociaciones de tutoría en beneficio de mujeres desempleadas, mujeres que desean cambiar su carrera profesional, establecerse en profesiones dominadas por hombres, construir sus propios negocios, etc.

También ha formado a más de 1200 mujeres desempleadas, empleadas y autónomas en campamentos de formación que ofrecen cuidados infantiles para los pequeños de las madres.

Además, la iniciativa Women on Top in Business, ofrece servicios de formación, consultoría y gestión de proyectos a empresas y organizaciones que deseen priorizar la representación equitativa de las mujeres en el trabajo, invirtiendo en la diversidad e inclusión de sus grupos de talentos, así como en el equilibrio entre la vida laboral y profesional de sus empleados.

Por último pero no menos importante, ha desarrollado una amplia plataforma de comunicación y creación de contenido (encuestas, artículos, podcasts, eventos, etc.), con el fin de construir poderosas redes en torno al objetivo de la igualdad de género, ayudar a promover modelos femeninos positivos y fuertes y crear conciencia entre el público en general, así como en los órganos de toma de decisiones, en torno a los obstáculos que enfrentan las mujeres, incluso en la actualidad, en su participación igualitaria en la vida pública.

- **Tipo de negocio:** ONG. Tutorización, aprendizaje permanente, asesoramiento.
- **Objetivos empresariales:** dar apoyo a mujeres trabajadoras y desempleadas.
- **Servicios ofertados:** tutorización, aprendizaje permanente, asesoramiento.
- **Número de empleados:** 7 empleados y 250 voluntarios activos (tutorías).



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** “La idea nació en 2010, en un momento en el que no sabía qué quería hacer profesionalmente. Estaba embarazada, llevaba trabajando durante años como periodista para revistas y se preguntaba cómo compaginaría trabajo y familia, si quería volver a la oficina y dónde le gustaría estar en cinco años.”
- **Estatus social antes de la creación del negocio:** periodista para varias revistas.
- **La organización empresarial se corresponde con el campo de estudios:** sí.
- **Desafíos encontrados:** cuando comenzó su negocio, nadie estaba interesado en la igualdad y el empoderamiento de la mujer en su negocio.
- **Solución a los desafíos:** *“Empezamos organizando seminarios de formación profesional en habilidades blandas (comunicación, oratoria, gestión del estrés del tiempo), habilidades digitales y emprendimiento, asegurándonos de que siempre haya tiempo creativo para los niños, para que las madres también puedan participar. Luego nos asociamos con empresas que financian nuestras acciones o quieren organizar las suyas propias para sus recursos humanos, por ejemplo, cómo hacer que la cultura de la empresa sea más inclusiva o cómo lidiar con el sexismo, la desigualdad, la discriminación y otras crisis”.*
- **Organización empresarial:** han recibido fondos de las empresas para las que trabajan a nivel CSR y de RRHH, de programas Europeos, donativos, así como también del dinero recibido de una pequeña actividad comercial.

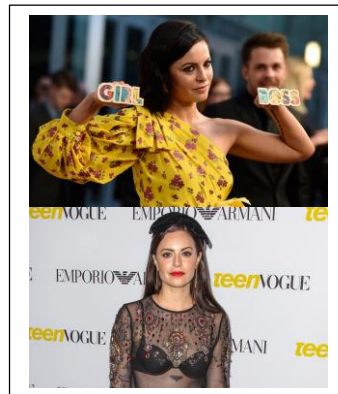
Plan de sostenibilidad para la empresa: no aplicable.

Recomendaciones para futuras emprendedoras: no aplicable.

Caso práctico 32

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Sophia Amarouso
- **Edad:** 36
- **Nacionalidad:** Griega/americana
- **Puesto laboral:** emprendedora fundadora y CEO de Nasty Gal
- **Nivel de estudios:** Educación secundaria. Dejó la escuela Secondary education level. She dropped out of school porque en el instituto le diagnosticaron depression y Trastorno de Déficit de Atención por Hiperactividad por lo que terminó sus clases de secundaria en casa. Después, no estudió nada ni que especializó en ninguna profesión.



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Nasty Gal tienda online
- **Tipo de negocio:** tienda online de ropa y accesorios
- **Servicios ofertados:** ropa vintage y accesorios para mujeres
- **Número de empleados:** 400



TRAYECTORIA PROFESIONAL

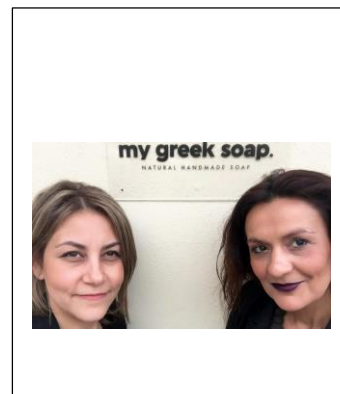
- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** su idea de negocio empezó a raíz de su amor por crear sus propias prendas y vender sus diseños.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** trabajaba como guardia de seguridad en la Universidad de Bellas Artes de San Francisco. Al mismo tiempo, creó una tienda en eBay para vender ropa vintage, es decir, ropa de segunda mano o cualquier pieza anticuada que le llegase a sus manos. Aunque sabía que era ilegal, también vendía libros robados. De hecho, su primera venta fue un libro que había robado cuando era estudiante. Para aumentar las ventas, aprovechó el poco conocimiento que había adquirido sobre fotografía en algunos talleres y, utilizando a sus amigos como modelo, los vistió con prendas antiguas que había reunido, los fotografió y editó las fotos para mejorarlas y hacerlas más atractivas. En 2008 eBay la eliminó – dijo que fue ella quien se marchó – y estableció su propia tienda online.
- **La organización empresarial se encuentra dentro de su área de estudios:** no

- **Desafíos encontrados:** factores socioeconómicos. Tiene la osadía de recurrir al “fraude”. Al principio no tenía financiación externa.
- **Solución a los desafíos:** no aplicable
- **Organización de apoyo:** no
- **Plan de sostenibilidad para la empresa:** no
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** no

Caso práctico 33

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Lia Michailidi, Penelope Tsompanidou
- **Edad:** S/D
- **Nacionalidad:** griega
- **Puesto laboral:** Emprendedoras y cofundadoras de my Greek soap
- **Nivel de estudios:** S/D



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** My Greek soap desde 2019
- **Tipo de negocio:** tienda online de jabones
- **Objetivos empresariales:** nuestro objetivo es hacer destacar un product nacional griego de una manera avanzada, atrayendo una audiencia cada vez mayor para que conozca el valor y la calidad de estos productos naturales, los prueben, les encanten y los incorporen a su vida diaria.
- **Servicios propuestos:** productos de belleza
- **Número de empleados:** S/D



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** My Greek Soap es un taller donde se elaboran excelentes jabones hechos a mano con el método de “enjabonado en frío”. El amor por el jabón natural tanto de Penelope como de Leah las llevó a estudiar, buscar, informarse y crear una variedad única que consiste en 3 líneas e jabones únicos. Penelope cuenta con muchos años de experiencia en el arte de hacer jabón y de la enseñanza; Leah cuenta con experiencia en el ámbito de la publicidad y se ha enfocado en los últimos 5 años en el studio y desarrollo del jabon natural. Ambas han unido sus fuerzas y conocimientos para elaborar productos con propiedades excelentes y han mejorado su calidad, logrando evolucionar el clásico jabón natural y llevándolo un paso más allá.
- **Estatus social antes de la creación del negocio:** trabajaban como contables
- **La organización empresarial se corresponde con su área de estudios:** Sí, se corresponde.



- **Desafíos encontrados:** la elaboración del jabón requiere un montón de trabajo manual. Conlleva realizar una investigación intensive para encontrar los productores adecuados a muy buenos precios.
- **Solución a los desafíos:** S/D
- **Organización de apoyo:** S/D
- **Plan de sostenibilidad para la empresa.** No aplicable
- **Recomendación para futuras emprendedoras:** *“Lo primero que aconsejaría es realizar una buena investigación de mercado y no tener miedo a dar el paso. Creo que cada mujer puede hacer aquello que le gusta, si primero lo ha deseado lo suficiente y realmente cree en sí misma”.*

Caso práctico 34

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Melina Taprantzi
- **Edad:** S/D
- **Nacionalidad:** griega
- **Puesta laboral:** Emprendedora social / Fundadora de Wise Greece
- **Nivel de estudios:** Licenciatura en la Universidad de Humanidades y Ciencias Sociales



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Wise Greece tiene como objetivo promocionar productos griegos de pequeños productores, a la vez que apoyan las necesidades de alimento en comedores y tiendas sociales, orfanatos e instituciones desde 2013.
- **Tipo de negocio:** empresa social
- **Objetivos empresariales:** ayudar a los granjeros y agricultores locales a crecer y exportar sus productos.
- **Servicios ofertados:** promoción mundial de productos alimentarios griegos procedentes de pequeños granjeros y agricultores.
- **Número de empleados:** el equipo está compuesto por expertos en áreas importantes para poder cumplir los objetivos establecidos por Wise Greece (Especialistas del sabor, Calidad, Marketing, Ventas, etc.). Estos se encargan de comenzar la colocación de los productos en los nuevos puntos de venta, de la promoción del movimiento sin ánimo de lucro de Greece y del cumplimiento de su trabajo social. No se concreta el número exacto de trabajadores.



TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** *“Normalmente todo empieza con algo que te molesta en tu vida diaria. En mi caso, en medio de la crisis financiera de 2013, visité una tienda social y vi que, en vez de tener comida para los beneficiarios, solamente tenían maquinillas de afeitar. Cuando pregunté por qué, me contestaron que era la única donación que habían tenido. Al marcharme, pensé que eso era inaceptable. Leaving, I thought this was unacceptable. Debe de haber una manera sostenible en la que se pueda ofrecer comida a gente que lo necesita, y al mismo tiempo reforzar la economía del país. Tras haber trabajado varios años en marketing y comunicación, me di cuenta de los excelentes productos de los pequeños*

productores del país, que desafortunadamente no podían o no sabían cómo promocionarlos. Combinamos ambos datos para lograr un objetivo dual y así es como nació Wise Greece”.

- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** empleada en servicios de marketing y comunicación.
- **La organización empresarial se corresponde con su área de estudios:** sí
- **Desafíos encontrados:** convencer a los productores para participar en esta nueva empresa.
- **Solución a los desafíos:** al principio se centró en mujeres productoras que apoyaban su iniciativa y gradualmente, mientras Wise Greece demostraba su trabajo, más y más gente se animó a participar.
- **Organización de apoyo:** productores de toda Grecia
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** No disponible
- **Recomendaciones a futuras emprendedoras:** "No tengas miedo al miedo"

Caso práctico 35

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Stefania Niakarou Simou
- **Edad:** S/D
- **Nacionalidad:** griega
- **Puesto laboral:** fundadora y CEO de Mysterious Greece
- **Nivel de estudios:** Licenciatura en Relaciones Públicas y másters en gestión de eventos en Londres



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** Mysterious Greece, es una plataforma de destino que ofrece una guía infinita de todo lo que los viajeros necesitan saber sobre Grecia. El contenido de viajes en la plataforma muestra destinos exclusivos, hoteles boutique, negocios fascinantes y todo lo que tiene que ver con la autenticidad que ofrece Grecia. Presentando la auténtica cara de Grecia, Mysterious Greece se estableció en 2013.
- **Tipo de negocio:** publicación online
- **Objetivos empresariales:** destacar localizaciones desconocidas por todo Grecia
- **Servicios ofertados:** guías informativas y consejos sobre Grecia y sus islas así como también sobre agroturismo, empresas griegas, senderismo, windsurf y más.
- **Número de empleados:** S/D

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** el objetivo principal de Stefania era mostrar la cara auténtica de Grecia así que se le ocurrió crear un blog online.
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** periodista/reportera de viajes en un periódico nacional.
- **La organización empresarial se corresponde a su área de estudios:** sí
- **Desafíos encontrados:** fue un gran desafío al principio no saber si a la gente le gustarían sus presentaciones sobre su tierra natal, Grecia.
- **Solución a los desafíos:** sus padres le brindaron apoyo financiero, sobre todo su buena amiga Despina, quién siempre está ahí para cualquier problema, así como su hermano y su novia que le daban su opinión y le ayudan con todo lo que hace. Por

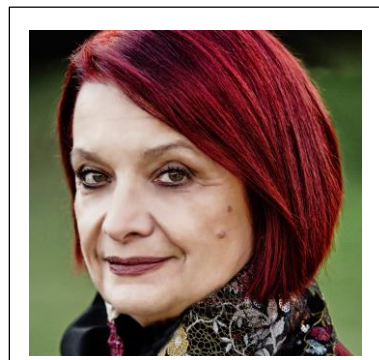
supuesto, el resultado final se lo debo a la empresa que realizó y, de hecho, digitalizó mi sueño, 33Communications.

- **Organización de apoyo:** la compañía digital 33Communications.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** no disponible
- **Recomendaciones para futuras emprendedoras:** no

Caso práctico 36

BIOGRAFÍA/INFORMACIÓN PERSONAL

- **Nombre:** Niki Koutsiana
- **Edad:** S/D
- **Nacionalidad:** griega
- **Puesto laboral:** Farmacéutica, Fundadora y Miembro de la junta directiva de APIVITA. Presidenta de Symbeeosis
- **Nivel de estudios:** se graduó en la Escuela de Farmacéutica de la Universidad de Atenas. Estudió aromaterapia.



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- **Historia de la empresa:** su conocimiento y amor por la aromaterapia y la homeopatía, prácticamente desconocidos en ese momento en Grecia, la llevaron a explorar tratamientos de medicina alternativa. En 1979, su sueño se hizo realidad al fundar APIVITA, la primera empresa griega de cosmética natural.
- **Tipo de negocio:** empresa de cosmética natural
- **Objetivos empresariales:** fomentar el valor del medioambiente, la sociedad y la economía.
- **Servicios ofertados:** APIVITA (que significa “vida de la abeja”) ofrece productos de belleza natural efectivos para el rostro, el cuerpo y el cabello.
- **Número de empleados:** S/D

TRAYECTORIA PROFESIONAL

- **Fuente de inspiración para la idea de negocio:** su conocimiento y amor por la aromaterapia y la homeopatía
- **Estatus social antes de la creación de la empresa:** estudiante, farmacéutica y apicultora
- **La organización empresarial se encuentra dentro de su área de estudios:** sí
- **Desafíos encontrados:** factores socioeconómicos y el hecho de que la aromaterapia y la homeopatía apenas se conocían en ese momento en Grecia.
- **Solución a los desafíos:** su amor y conocimiento de la naturaleza y las abejas, junto con el apoyo que tuvo por parte de su marido, quien es también farmacéutico.

- **Organización de apoyo:** SYMBEEOSIS, una empresa fundada por ella misma y su marido, y que tiene como objetivo asegurar la trazabilidad biológica de las materias primas de sus productos a través del cultivo de sus propias abejas y plantas aromáticas y hierbas, mediante sinergias con productores orgánicos y apicultores.
- **Plan de sostenibilidad de la empresa:** no disponible
- **Recomendación para futuras emprendedoras:** no disponible