

**FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset****ESTUDOS DE CASO SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS****INTRODUÇÃO****O FFEM**

Em toda a Europa, as taxas de desemprego das mulheres em risco de exclusão socioeconómica são preocupantes. Para enfrentar esta problemática, a requalificação pode ser a solução adequada, em conjunto com a promoção de atitudes e comportamentos mais empreendedores. Ambas as estratégias não só contribuem para iniciar a atividade empresarial, como podem também potenciar a empregabilidade das mulheres.

O projeto FFEM - Fostering Female Entrepreneurship Mindset - promove e reforça o empreendedorismo e o autoemprego através da requalificação de mulheres em risco de exclusão socioeconómica em todos os países participantes – Espanha, França, Grécia, Polónia e Portugal. Para a concretização desse processo, é necessário dotar um conjunto de profissionais (formadoras/es, professoras/es, assistentes sociais, educadoras/es sociais, entre outros) com material didático inovador que possa fomentar o desenvolvimento e a transferência de competências relevantes.

Todos os recursos do projeto estão disponíveis na plataforma de formação digital - [www.ffem.eu](http://www.ffem.eu).

**Estudos de caso sobre mulheres empreendedoras**

De modo a inspirar as mulheres em toda a Europa e de sinalizar as boas práticas de empreendedorismo feminino, os parceiros FFEM sistematizaram 36 estudos de caso dos cinco países participantes no projeto.

O objetivo destes estudos de caso é ajudar as futuras empreendedoras a aprender com exemplos da vida real e ter informações práticas sobre a criação de empresas. Os estudos de caso referem-se a histórias de mulheres de diferentes origens socioeconómicas, que criaram negócios em vários setores de atividade. Cada estudo de caso é estruturado em três secções:

- Informação pessoal da empreendedora;
- História da empresa;
- Percorso profissional da empreendedora na criação da empresa.

Estes estudos de caso são também apresentados na plataforma de formação digital FFEM: [www.ffem.eu](http://www.ffem.eu)

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 1 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Alexandra Beauchamps
- **Idade:** 51 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** empresária
- **Habilitações:** ensino secundário, curso técnico de análise e consultoria de dados



#### DESCRIÇÃO

- A *Afford Formations* foi fundada em 2019 e oferece formação na área da gestão, organização e comunicação corporativas. Para tal, Alexandra aposta na combinação de sessões teóricas e práticas, visando promover a aprendizagem rápida e a autonomia dos formandos.
- **Tipo de negócio:** centro de formação
- **Objetivos da empresa:** apoiar líderes e gestores de empresas no processo de aprendizagem sobre diferente *software* e aplicações relevantes para a gestão, organização e comunicação corporativas
- **Serviços propostos:** sessões de formação personalizadas, individuais ou em grupo
- **Número de colaboradores:** 1



---

“A satisfação dos clientes não é apenas uma obrigação,  
mas uma valiosa fonte de oportunidades”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

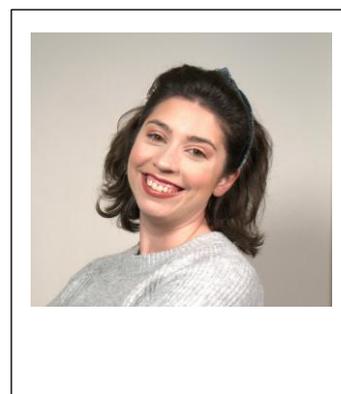
- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** usar as competências adquiridas no decurso da sua experiência profissional, como assistente executiva em várias organizações e enquanto líder de um projeto de *coaching* numa incubadora de empresas, para promover a aquisição de conhecimentos, agilidade e autonomia de líderes e colaboradores de empresas
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** antes de se tornar empresária, Alexandra estava desempregada
- **Desafios com que se deparou:** como o negócio é recente, aumentar a sua visibilidade junto do público e de potenciais clientes tem sido o mais desafiante
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Alexandra tem vindo a manter um padrão de comunicação consistente e regular nas redes sociais (Facebook, LinkedIn). Além disso, ela tem apostado no estabelecimento de parcerias com outras organizações, participado em eventos e reuniões para promover a sua marca
- **Organização de apoio:** *Athéna, BGE Yevlines*
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** é fundamental estar atenta aos pedidos dos clientes e personalizar o serviço prestado, em função das suas necessidades

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 2 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Alix Martet
- **Idade:** 29 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** CEO
- **Habilitações:** Mestrado em gestão cultural e artística



#### DESCRIÇÃO

- A *Omnia Culture* é a primeira empresa francesa de recrutamento de RH especializada nos setores cultural e da comunicação.
- **Tipo de negócio:** recrutamento de RH
- **Objetivos da empresa:** criar sinergias entre candidatos, empresas e estabelecimentos de ensino superior no campo do recrutamento de RH para os setores da cultura e comunicação
- **Serviços propostos:** ajudar empresas do setor cultural a recrutarem os melhores candidatos, ajudar jovens recém-formados a terem uma oportunidade profissional nos setores da cultura e da comunicação
- **Número de colaboradores:** 3



---

“Até ao infinito e mais além!”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** após ter terminado os seus estudos, Alix demorou mais de seis meses para encontrar o primeiro trabalho no setor da cultura. Apesar dos seus esforços, o processo de procura de emprego foi muito difícil, pois Alix não dispunha da visibilidade necessária para chamar a atenção dos seus empregadores
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** a pandemia da Covid-19. Procurar oportunidades de financiamento quando a economia está em crise é bastante difícil
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Alix encontrou um parceiro de negócios e pediu apoio a uma incubadora de empresas, de modo a desenvolver o seu modelo de negócio e a estratégia de *marketing*
- **Organização de apoio:** *Couveuse Nuna*, sediada em Thyez, França.
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** antes de criar uma empresa, é fundamental ter um modelo de negócio, fazer contactos com potenciais parceiros e pedir ajuda a profissionais especializados ou incubadoras de empresas, se necessário

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 3 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Agnès Jacquier
- **Idade:** 47 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** engenheira



#### DESCRIÇÃO

- O *The Floating Mushroom* é um centro de formação que tem a sua origem na constatação de que muitos profissionais de áreas técnicas se deparam com dificuldades quando têm de falar ou escrever em inglês.
- **Tipo de negócio:** centro de formação dedicado ao ensino de inglês técnico
- **Objetivos da empresa:** promover a aprendizagem de inglês técnico
- **Serviços oferecidos:** cursos de formação em inglês técnico
- **Número de colaboradores:** 1



---

“Falar inglês abriu-me muitas portas. Apesar de ser uma mulher jovem - e de pequena estatura - no final dos anos 90, consegui obter bons cargos e tive muitas oportunidades no setor da indústria automóvel, porque conseguia manter uma conversa com os clientes”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** após 20 anos de trabalho no setor da indústria automóvel, boa parte dos quais passados no estrangeiro, Agnès estabeleceu-se em Vallée de l'Arve, nos Alpes franceses. Nessa altura, apercebeu-se que, apesar do setor automóvel requerer vastos conhecimentos técnicos, os profissionais desta área têm um nível de proficiência em inglês técnico muito baixo. Por isso, nem sempre estes profissionais entendem os seus clientes e/ou fornecedores. Para ultrapassarem esta situação, Agnès criou o *The Floating Mushroom*, um curso de formação em inglês técnico concebido especificamente para profissionais que trabalham no setor automóvel.
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem, no setor automóvel e na área do controlo de qualidade
- **Desafios com que se deparou:** o seu projeto é muito diferente quer da sua anterior posição profissional, quer da sua área de formação. Por isso, Agnès teve de fazer formação antes de fundar a sua empresa. Além disso, foi uma decisão difícil deixar um trabalho bem remunerado e lançar-se na criação de um centro de formação. Porém, o seu desejo de independência e de dar significado à sua vida falou mais alto do que a estabilidade financeira
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** confiar na vida! Para iniciar este projeto, Agnès decidiu pedir apoio a uma incubadora de empresas, para ter apoio e acompanhamento, mas também para testar o conceito antes de investir no desenvolvimento de uma nova empresa
- **Organização de apoio:** *Couveuse d'Entreprise*
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** colocar o foco na qualidade é fundamental para promover o negócio e ter novos clientes numa base regular

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 4 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Maïwenn Sourzac
- **Idade:** 30 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** empresária
- **Habilitações:** mestrado



#### DESCRIÇÃO

- Maïwenn Sourzac criou sua microempresa *TREMA Communication* em 2015, quando ainda trabalhava por conta de outrem. Nessa altura, nunca lhe tinha passado pela cabeça ser empresária. Só mais tarde passou a dedicar-se apenas ao negócio.
- **Tipo de negócio:** serviços de comunicação e de gestão de redes sociais
- **Objetivos da empresa:** gestão de redes sociais de grandes empresas francesas
- **Serviços propostos:** comunicação digital, gestão de redes sociais, publicidade, produção e gestão de conteúdos digitais
- **Número de colaboradores:** 2



---

“Seja honesta consigo e com os outros. Aproveite as oportunidades!”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** depois de ter iniciado o seu negócio no setor da comunicação, Maiwenn criou um serviço gestão de redes sociais pois tinha formação nessa área
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem no departamento de comunicação de uma escola
- **Desafios com que se deparou:** o mais difícil foi habituar-se a trabalhar sozinha, afastada do mundo, no seu apartamento
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Maiwenn estabeleceu ligação com uma incubadora de empresas, onde pôde encontrar outros empresários, ser acompanhada e ter um ambiente perfeito para o desenvolvimento do seu negócio
- **Organização de apoio:** *Economic Site of the Lakes*
- **Recomendação para futuras empreendedoras** acreditar na força do social, diplomacia, escuta ativa e adaptabilidade são fundamentais na relação com os clientes

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 5 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Savannah Truong
- **Idade:** 26 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** empresária e CEO
- **Habilitações:** mestrado em *marketing*



#### DESCRIÇÃO

- Savannah é fã de *k-pop* desde 2008. A certa altura percebeu que não havia lugar para os fãs de *k-pop* se reunirem em França. Foi então que decidiu criar um negócio dedicado ao universo *k-pop*, em Paris: o *Kick Café*, onde o serviço de cafetaria é acompanhado pela venda de artigos e roupas da cultura *k-pop*.
- **Tipo de negócio:** cafetaria e venda a retalho
- **Objetivos da empresa:** promover a cultura *k-pop* em França
- **Serviços propostos:** cafetaria e venda de roupa e outros artigos associados à cultura *k-pop*
- **Número de colaboradores:** 1



---

“Ao criar uma empresa, a confiança é fundamental para o sucesso”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** na Coreia do Sul, existem muitas lojas e cafés temáticos nos quais as pessoas podem socializar
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** estudante
- **Desafios com que se deparou:** a pandemia da Covid-19 obrigou-a a adiar a abertura do negócio
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** aguardar pacientemente, durante um ano, até estarem reunidas condições mínimas para abrir o *Kick Café*
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** ao criar uma empresa, a confiança é fundamental para o sucesso. Confiança em nós mesmas, força e coragem para começar

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 6 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Giammertini Alinr
- **Idade:** 51 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** CEO
- **Habilitações:** diploma de ensino superior



#### DESCRIÇÃO

- A Chocolaterie aline é uma fábrica de chocolate artesanal baseada na utilização de produtos da Córsega (limões de Balagne, mel DOP de Castagniccia, chá de ervas de maquis, avelã de Cervione) misturados com chocolates e transformados em deliciosas ganaches e *pralines*. Seguindo a sua paixão pelo chocolate, a Aline criou o seu negócio após completar a universidade, tendo-o desenvolvido ao longo dos anos.
- **Tipo de negócio:** fabrico artesanal de chocolates e iguarias
- **Objetivos da empresa:** exportação de chocolates
- **Serviços propostos:** produtos de chocolate artesanal e conceitos alimentares de excelência em frascos
- **Número de colaboradores:** 9



## PERCURSO PROFISSIONAL

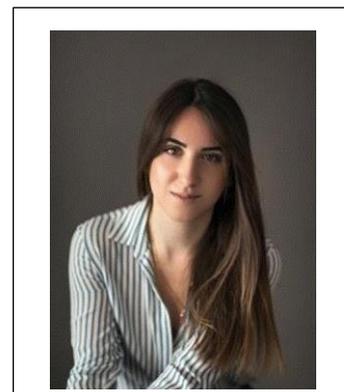
- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** a ideia surgiu e foi amadurecendo durante cerca de 20 anos, antes de se tornar a sua única atividade profissional. Somos a nossa própria fonte de inspiração
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** autoempreendedora
- **Desafios com que se deparou:** uma paixão que era apenas um *hobby* deu origem a um negócio. Teve de fazer uma escolha entre a paixão e a razão, tendo escolhido a paixão
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** manter-se sempre concentrada na motivação e na realização dos seus objetivos. O resto é...
- **Organização de apoio:** Não
- **Plano de sustentabilidade para a empresa:** através do desenvolvimento dos eixos de produção (novos produtos) e comercialização (exportação). Observar e disponibilizar produtos de acordo com a procura
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** acredite nos seus sonhos e acredite no seu projeto, nunca duvide do seu sucesso

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 7 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Célia Vepori
- **Idade:** 28 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** empresária e fundadora de *A Perla Rara*
- **Habilitações:** licenciatura



#### DESCRIÇÃO

- Célia Vepori criou uma empresa especializada na prestação de cuidados de rosto e de corpo. *A Perla Rara* é o primeiro centro médico-estético de luxo em Ajaccio (Córsega)
- **Tipo de negócio:** prestação de serviços de estética
- **Objetivos da empresa:** criar vários estabelecimentos da marca na região da Córsega e também um estabelecimento turístico de luxo
- **Serviços oferecidos:** tratamentos estéticos de rosto e corpo
- **Número de colaboradores:** 7



---

“Não coloques barreiras no teu caminho.  
Acredita que tudo é possível e tornar-se-á possível”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Célia teve a sua ideia de negócio quando ainda era estudante. Foi nessa altura que criou a empresa, em colaboração com o polo universitário PEPITE
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** estudante universitária
- **Desafios com que se deparou:** foram vários os desafios com que Célia se deparou, desde os tempos de resposta dos bancos, à gestão da obra no seu espaço, bem como a conciliação entre o seu projeto e os estudos
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** para superar os desafios com que se deparou, Célia criou um comité de gestão que incluía o seu contabilista, o advogado e um elemento do departamento de negócios da câmara de comércio da região
- **Organização de apoio:** câmara de comércio local e polo universitário PEPITE
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** cerquem-se do melhor e tirem vantagem de sinergias

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 8 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Sarah Jossen
- **Idade:** 38 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** artesã, ilustradora, empresária e fundadora da *Cocolune*
- **Habilitações:** licenciatura



#### DESCRIÇÃO

- Sarah Jossen é a criadora da *Cocolune*, um pequeno negócio dedicado à produção artesanal de acessórios para crianças. Esta atividade proporcionou-lhe alguns encontros felizes. Um deles deu-lhe a oportunidade de começar a fazer ilustrações para a *Canopé Network of Corsica*, com a qual tem hoje uma parceria estável que lhe permite trabalhar em diversos projetos na área da ilustração de livros infantojuvenis e escolares. Em virtude da pandemia da COVID-19, Sarah começou também a trabalhar para uma empresa americana, a Alltrails, que é criadora de uma aplicação para os amantes de caminhadas.
- **Tipo de negócio:** prestação de serviços, artesanato e ilustração
- **Objetivos da empresa:** desenvolver projetos pessoais na área da ilustração e criar uma nova coleção para a *Cocolune*
- **Serviços propostos:** ilustração, *design* têxtil, oficinas criativas para crianças



---

“Sejam capazes de se reinventar e de abraçar as oportunidades que surgem.

A criatividade pode assumir muitas formas!”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Sarah estudou comunicação visual no HES-SO em Genebra. Antes de se dedicar ao artesanato e à ilustração, Sarah trabalhou numa livraria, onde foi responsável pela secção de literatura infantojuvenil. Na sua ótica, a ilustração para crianças é uma paixão e um universo. A inspiração para a ideia de negócio veio das suas filhas, que adoravam mascarar-se e usar os acessórios da *Cocolune*
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** a conciliação da vida familiar com a vida profissional
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** o seu negócio dá-lhe uma autonomia e flexibilidade consideráveis, permitindo-lhe organizar o seu tempo
- **Organização de apoio:** a incubadora de negócios *Workinscop Sc'opara*
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** criar redes de contactos e de colaboração com outras mulheres empreendedoras, nomeadamente através das redes sociais

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 9 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Eline Mara
- **Idade:** 23 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** empresária e fundadora do *Macé Studio*
- **Habilitações:** mestrado



#### DESCRIÇÃO

- O *Macé Studio* foi criado por Eline Mara e dedica-se à criação e gestão de conteúdos digitais e de comunidades *online*. Eline fundou o seu negócio depois de concluir os seus estudos em artes e de um ano de formação profissional em comunicação visual.
- **Tipo de negócio:** *design* gráfico, publicidade e *marketing* digital
- **Objetivos da empresa:** desenvolver o negócio e ganhar estabilidade financeira, a fim de recrutar colaboradores e de encontrar um novo espaço
- **Serviços propostos:** criação e gestão de conteúdos digitais, *marketing* digital, fotografia, vídeo e *design* gráfico



---

“Motivação e autoconfiança são a chave para o sucesso”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Eline foi inspirada por diversos artistas (pintores, *designers* gráficos, ilustradores, fotógrafos) e mulheres empreendedoras para lançar seu negócio
  - **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** estudante
  - **Desafios com que se deparou:** a escassez de meios para a aquisição de equipamentos dispendiosos
  - **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** as dificuldades encontradas permitiram a Eline ganhar confiança em si mesma, nas suas escolhas e na sua ideia de negócio, bem como promoveram a sua autonomia
  - **Organização de apoio:** incubadora de negócios e PEPITE (Córsega)
- Recomendação para futuras empreendedoras:** aceitem os desafios e promovam encontros que possam mudar a vossa vida e impulsionar

**FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset****ESTUDOS DE CASO 10  
SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS****INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA**

- **Nome:** Nora Havoudjian
- **Idade:** 51 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** consultora de RH, formadora e empresária
- **Habilitações:** psicóloga, *coach* certificada e terapeuta certificada em PNL (Programação Neurolinguística)

**DESCRIÇÃO**

- Fundada por Nora Havoudjian, a *Forma pro Conseil* é uma empresa especializada em consultoria de RH, bem como no desenvolvimento profissional e pessoal.
- **Tipo de negócio:** consultoria de RH
- **Objetivos da empresa:** apoiar indivíduos e equipas, visando a melhoria do seu desempenho
- **Serviços propostos:** *coaching* e consultoria de RH, liderança e gestão de pessoas, cultura empresarial e gestão de talento, vendas e *marketing*, desenvolvimento pessoal e profissional



---

“O maior bem que podemos fazer aos outros  
não é comunicar-lhes a nossa riqueza, mas revelá-la”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Nora foi formadora e consultora da AFPA, a agência nacional francesa de formação profissional de adultos. Desde cedo, interessou-se pelo desenvolvimento pessoal e profissional das pessoas, que considera serem essenciais para o sucesso das empresas, cujo desempenho considera só pode ser melhorado em conjugação com a realização dos colaboradores
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** consultora de RH e formadora
- **Desafios com que se deparou:** Nora afirma não se ter deparado com grandes desafios, mas sim com oportunidades, nomeadamente a de se tornar membro da associação *Working Sc'opara*
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** ter confiança, aproveitar a aventura, agindo de acordo com as suas próprias regras, a fim de construir uma vida de que se possa orgulhar

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 11 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Sylvie Lezier
- **Idade:** 54 anos
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** fotografa, gestora e empresária
- **Habilitações:** ensino secundário



#### DESCRIÇÃO

- Sylvie Lezier é uma apaixonada por fotografia que concilia a sua vida familiar com o seu negócio, um estúdio de fotografia.
- **Tipo de negócio:** prestação de serviços de fotografia a particulares e profissionais
- **Objetivos da empresa:** desenvolver o seu perfil internacional e a visibilidade do seu estúdio fotográfico
- **Serviços propostos:** retrato, reportagem fotográfica, fotografia corporativa, industrial e de moda, fotografia de produto e formação

*Sylvie Lezier*  
— Photographe —

---

“... não tenhas medo do fracasso, aprende sempre”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Apaixonada por fotografia e inspirada por diversos fotógrafos, Sylvie pratica esta arte há anos como amadora
- **Desafios com que se deparou:** a sua própria insegurança
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** para ultrapassar esta situação, Sylvie rodeou-se de pessoas positivas, juntando-se a um grupo de profissionais de fotografia, fazendo formação e participando em concursos.
- **Recomendação para futuros empresários:** a paixão, a vontade, o trabalho e a perseverança não são alheios ao sucesso, mas fundamentais para nos superarmos e aprendermos com os nossos fracassos

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 12 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Meszaros Karine
- **Nacionalidade:** francesa
- **Profissão:** consultora de Comunicação e *Marketing*
- **Habilitações:** mestrado em Comunicação Digital e Diploma Europeu de *Marketing* Internacional (Bac+ 3)



#### DESCRIÇÃO

- A Aroma Communication nasceu de experiências e missões internacionais. A ideia de empreendedorismo esteve sempre presente e foi construída com o objetivo de facilitar o desenvolvimento da empresa e a paixão da Meszaros pela Itália
- **Tipo de negócio:** comunicação, *marketing*, desenvolvimento internacional e comercial
- **Objetivos da empresa:** ser facilitadora do desenvolvimento empresarial na área transfronteiriça França - Itália
- **Serviços propostos:** comunicação e *marketing*, desenvolvimento comercial França/Itália e gestão de projetos
- **Número de colaboradores:** 1, juntamente com uma equipa *freelancer*



---

“Se pode sonhar, faça-o”

---

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** as minhas experiências, os meus valores e a inspiração da Toscana
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** empregada
- **Desafios com que se deparou:** provavelmente, a versatilidade e a dificuldade de esconder certas capacidades para me especializar, bem como a dificuldade de “vender” e de se ligar às pessoas certas
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** envolver, trocar e integrar redes de empreendedores e redes especializadas e aprender com experiências de sucesso e *coaches* reconhecidos
- **Organização de apoio:** participação em *networks*, mantendo relações com os colegas, colaboradores e clientes
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** ouça a voz que lhe diz: “Quero e preciso de me tornar empreendedora e sei que o posso fazer”. Nunca deixe de acreditar. Substitua a palavra “fracasso” pela palavra “experiência”. Foque-se e reflita. A Inovação Boréal foi um importante apoio para a Meszaros

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 13 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Sofia Prata
- **Idade:** 34 anos
- **Nacionalidade:** portuguesa
- **Profissão:** empresária e fundadora da *Branca de Neve - Home Jungle*
- **Habilitações:** ensino secundário



#### DESCRIÇÃO

- Fundada em 2020, no Porto, por Sofia Prata, *Branca de Neve - Home Jungle* é uma loja *online* especializada na venda de plantas, arquitetura paisagística e *design* de interiores. Amante de plantas desde pequena, Sofia sempre teve vontade de criar o seu próprio negócio. Mas foi durante a pandemia da COVID-19 que decidiu sair da sua zona de conforto e iniciar este projeto. Sofia não vende apenas plantas de interior, mas também vasos feitos à mão, que são entregues diretamente aos seus clientes. Além disso, após a venda, Sofia fornece orientações e dicas acerca dos cuidados que os clientes devem ter com as suas plantas.
- **Tipo de negócio:** comércio *online* de plantas
- **Objetivos da empresa:** trazer a natureza para o interior das casas e locais de trabalho, para aumentar o bem-estar
- **Serviços propostos:** *design* de interiores e arquitetura paisagística, venda de plantas de interior, criação e planeamento de jardins verticais



---

“Temos de ir atrás dos nossos sonhos, correr riscos  
e sair da nossa zona de conforto”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

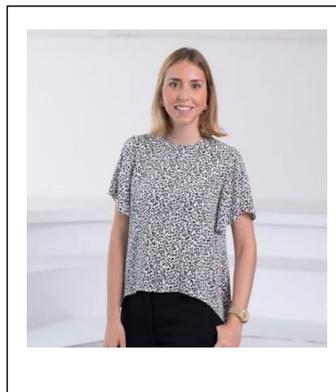
- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** tendo crescido rodeada de plantas e de natureza, Sofia sempre adorou plantas
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** antes de abraçar o projeto *Branca de Neve - Home Jungle*, Sofia era *cake designer* e organizadora de eventos. Porém, devido à crise pandémica, estava em situação de desemprego
- **Desafios com que se deparou:** segundo Sofia, sair da sua zona de conforto e assumir os riscos inerentes ao início de um novo negócio, sem saber se seria bem-sucedida, foi o mais difícil
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** depois de nove anos de reflexão acerca de como criar um negócio bem-sucedido, Sofia teve coragem para avançar e para superar os seus receios. A sua criatividade e resiliência foram fundamentais para a criação do seu negócio durante a pandemia da COVID-19
- **Organização de apoio:** embora não disponha de apoios institucionais, Sofia afirma que o seu marido tem desempenhado um papel muito importante, pois a sua solidariedade e colaboração na organização das encomendas, no processo de embalagem e de entrega tem sido fundamental
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** não se acomodem a um emprego ou profissão que vos desagrade; acima de tudo, devemos perseguir os nossos sonhos, correr riscos e sair da nossa zona de conforto

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 14 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Marta Stilwell
- **Idade:** 29 anos
- **Nacionalidade:** portuguesa
- **Profissão:** empresária/artista/ceramista/ e consultora de RH
- **Habilitações:** mestrado em psicologia dos recursos humanos, do trabalho e das organizações



#### DESCRIÇÃO

- *Marta Stilwell Ceramics* é um negócio que tem origem numa paixão. Em 2017, Marta Stilwell recebeu um presente peculiar: a oportunidade de participar num workshop de cerâmica. Depois disso, Marta decidiu continuar a fazer trabalhos de olaria. Apesar de trabalhar a tempo inteiro, como consultora de RH, no seu tempo livre Marta começou a produzir belas peças de cerâmica pintadas. Em finais de 2017, Marta decidiu dar um passo arriscado: deixou o seu trabalho a tempo inteiro em consultoria de RH. Em 2018, a par de trabalhos de consultoria de RH em regime *freelance*, criou a marca *Marta Stilwell Ceramics*. Marta afirma ter ficado profundamente sensibilizada pelo encorajamento dado por familiares e amigos, cujo estímulo considera ter sido crucial para criar a marca. Embora a cerâmica seja uma arte bastante tradicional, Marta esforçou-se para promover a sua marca, através de plataformas digitais como o Instagram e o Facebook. Foi muito bem-sucedida, ao combinar tradição e inovação. Assim, Marta não é apenas uma artista talentosa, mas também um exemplo de empreendedorismo digital.
- **Tipo de negócio:** criação e venda de cerâmica
- **Objetivos da empresa:** criação e venda de peças de cerâmicas únicas
- **Serviços propostos:** venda de peças de cerâmica

marta ←←  
stilwell  
ceramics

---

“Consistência e uma identidade forte são fundamentais  
para criar uma marca”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Marta sempre adorou cerâmica, em parte porque cresceu a ver a sua mãe restaurar peças de porcelana fina no seu ateliê em casa
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** consultora de RH
- **Desafios com que se deparou:** de acordo com Marta, comunicar a marca e os seus produtos através de plataformas digitais foi um desafio, pois os clientes estão muito habituados a ver as peças antes de as adquirir. O mesmo sucedeu com o sistema de entrega de encomendas, pois enviar peças de cerâmica pelo correio é arriscado.
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Marta criou um *showroom* privado na sua casa, e, quando necessário, convida potenciais clientes a visitarem-no para verem as peças. No que diz respeito ao sistema de entrega de encomendas, a par das vendas em várias lojas físicas, Marta estabeleceu uma parceria a fim de criar um ponto de entrega em Lisboa
- **Organização de apoio:** Marta considera que o mais importante foi o encorajamento dado por amigos e familiares. Por outro lado, à medida que a visibilidade da marca aumentou nas redes sociais, várias lojas estabeleceram contacto e a rede Portugal Manual (composta por artesãos e empresários contemporâneos) ofereceu apoio em termos de promoção da marca
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** os elementos mais importantes para estabelecer uma marca são a consistência e uma identidade forte

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO Q5 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Ana Maria Pereira
- **Idade:** 63 anos
- **Nacionalidade:** portuguesa
- **Profissão:** empresária, fundadora e diretora geral das lojas *Pax Júlia*
- **Habilitações:** ensino básico



#### DESCRIÇÃO

- A *Pax Júlia* foi fundada, há cerca de vinte anos, por Ana Maria Pereira, cuja história de vida é bastante inspiradora. Ainda muito jovem, com cerca de 12 anos de idade, Ana Maria começou a trabalhar como costureira. Ana Maria Pereira gostava muito do seu trabalho, mas era também uma vendedora muito competente, por isso, paralelamente, vendia roupa de bebé, cosméticos, etc. A empresa na qual trabalhava como costureira foi reestruturada e, ao deixar o seu emprego, Ana Maria recebeu uma indemnização. Com parte desse dinheiro, comprou uma máquina de costura industrial e estabeleceu o seu primeiro negócio: um pequeno ateliê de costura. Mas Ana Maria queria trabalhar no setor do retalho e tornou-se vendedora numa loja de roupa, onde trabalhou durante cerca de 10 anos. Quando o seu empregador adoeceu, foi-lhe oferecida a possibilidade de assumir o negócio. Ana Maria decidiu abraçar este desafio, tendo pedido um empréstimo para esse fim. Durante os dois anos seguintes, trabalhou arduamente, vendendo roupa e fazendo arranjos de costura. Atualmente, possui duas lojas: uma dedicada a venda de vestuário feminino e masculino e outra à venda de *lingerie* e de têxteis para o lar.
- **Tipo de negócio:** venda a retalho de vestuário e de têxteis para o lar
- **Objetivos da empresa:** comércio de vestuário e de têxteis para o lar, apostando na oferta de um serviço personalizado ao cliente
- **Serviços propostos:** venda de vestuário e arranjos de costura
- **Número de colaboradores:** 3



---

“A melhor publicidade que eu posso ter  
é a satisfação dos meus clientes”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** as suas competências comerciais e experiência no sector do retalho de vestuário
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** antes de se tornar empresária, Ana Maria era empregada por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** a gestão das encomendas e a responsabilidade inerente de ter um negócio, designadamente salários para pagar
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Ana Maria é muito cuidadosa nas tarefas de gestão, a sua prioridade consiste em honrar os compromissos e responsabilidades assumidas
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** é importante fazer algo de que se goste em termos profissionais, mas é fundamental ser responsável e fazer as contas

**FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset****ESTUDOS DE CASO 16  
SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS****INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA**

- **Nome:** Madalena Rugeroni
- **Idade:** 29 anos
- **Nacionalidade:** portuguesa
- **Profissão:** gestora nacional da *Too Good to Go Portugal*
- **Habilitações:** licenciatura em relações internacionais e em jornalismo

**DESCRIÇÃO**

- Madalena Rugeroni viveu nos EUA, durante cinco anos, onde estudou e trabalhou em várias grandes empresas, tais como a Google, Young & Rubicam e Havas Media Worldwide. Quando Madalena decidiu regressar a Portugal, tinha o objetivo de criar o seu próprio negócio, uma *start-up* que combinasse tecnologia com o seu amor pela comida. Foi assim que nasceu a Misk, uma rede social feita à medida para personalizar as experiências gastronómicas dos seus utilizadores, permitindo-lhes encontrar recomendações. Algum tempo depois deste negócio ter sido extinto, surgiu uma outra oportunidade. Em 2019, Madalena tornou-se gestora nacional da *Too Good to Go Portugal*, cuja missão consiste em combater o desperdício alimentar, a fim de gerar uma mudança positiva na sociedade e no meio ambiente. O movimento *Too Good to Go* foi criado na Dinamarca e baseia-se numa plataforma digital que permite aos utilizadores comprarem refeições e alimentos de elevada qualidade em restaurantes, hotéis e supermercados, a preços mais acessíveis e evitando o seu desperdício. Entusiasta de ter um negócio com um propósito, num ano Madalena salvou mais de 100.000 refeições.
- **Tipo de negócio:** digital e empreendedorismo social
- **Objetivos da empresa:** combater o desperdício alimentar
- **Serviços propostos:** plataforma digital para conectar as pessoas e ajudá-las a reduzirem o desperdício alimentar
- **Número de colaboradores:** 30



---

“... podemos e devemos tirar o maior proveito da tecnologia  
e utilizá-la para o bem”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Madalena é uma *foodie* que adora tecnologia e tem um perfil fortemente empreendedor
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** antes de se tornar gestora nacional da *Too Good to Go*, Madalena tinha já trabalhado em grandes empresas do setor tecnológico e tinha tido uma experiência enquanto empresária
- **Desafios com que se deparou:** inicialmente, Madalena deparou-se com algum ceticismo relativamente ao seu projeto, pois algumas pessoas consideraram a sua ideia de negócio estranha
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Madalena acabou por superar esta situação, provando que o seu projeto é viável, funciona e tem um propósito relevante
- **Organização de apoio:** *Too Good to Go*
- **Recomendação para futuros empresários:** é fundamental criar um negócio que tenha um propósito maior

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 17 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Liliana Pereira
- **Idade:** 39 anos
- **Nacionalidade:** portuguesa
- **Profissão:** empresária e gestora ambiental
- **Habilitações:** licenciatura em engenharia ambiental e pós-graduação em cosmetologia avançada



#### DESCRIÇÃO

- *Caracóis Saudáveis - Método Curly Girl* é um projeto que nasceu em 2017, para responder às necessidades pessoais de Liliana Pereira. Nessa altura, Liliana não estava contente com o aspeto do seu cabelo e começou a pesquisar sobre produtos capilares e acerca da rotina diária que deveria adotar para melhorar a sua aparência. Liliana descobriu então o manual *Curly Girl*, de Lorraine Massey, e decidiu experimentar. Ao fim de algum tempo, Liliana acabaria por se tornar uma entusiasta deste método, pois teve tanto sucesso que as pessoas que a rodeavam começaram a elogiar as mudanças no seu cabelo, cada vez mais saudável e bonito. Em janeiro de 2018, várias pessoas começaram a abordá-la para lhe pedir aconselhamento especializado. Liliana decidiu então criar uma página e um grupo no Facebook, cujo número de seguidores cresceu rapidamente. Em alguns meses, Liliana viria a criar mais dois grupos nesta rede social: um focado em cuidados capilares de crianças com cabelos encaracolados e outro em produtos para o cabelo. Além disso, Liliana começou a marcar presença noutras plataformas digitais e, atualmente, é presença regular no TikTok, YouTube e Instagram. Além das ações de *marketing* digital, Liliana trabalha como consultora, oferecendo aconselhamento especializado sobre o método *Curly Girl*, e realiza diversos *workshops* junto de cabeleireiros profissionais. Finalmente, com base nos conhecimentos em química, Liliana criou uma touca térmica destinada a potenciar os efeitos dos produtos de tratamento capilar.
- **Tipo de negócio:** consultoria e venda de produtos capilares
- **Objetivos da empresa:** apoiar todas as pessoas que pretendem manter os seus caracóis naturais, assegurando que o seu cabelo se mantém saudável
- **Serviços propostos:** consultoria, *workshops* e venda de produtos capilares



- **Número de colaboradores:** 3
- 

“Empoderar as mulheres através de uma atitude pró-caracóis”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Lorraine Massey, que Liliana teve a possibilidade de conhecer pessoalmente quando foi a Nova Iorque e visitou o seu salão de cabeleireiro
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** gestora ambiental
- **Desafios com que se deparou:** restrições de tempo, pois Liliana continua a trabalhar a tempo inteiro e tem uma filha pequena
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Liliana afirma não ter muito tempo para dormir, mas o facto de fazer o que gosta dá-lhe força
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** a resiliência e a persistência fazem a diferença. Trabalhar para receber um salário não é suficiente, é preciso alcançar realização pessoal e ajudar outras pessoas

## FFEM Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 18 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Manuela Medeiros
- **Idade:** 68 anos
- **Nacionalidade:** portuguesa
- **Profissão:** empresária, fundadora e proprietária da *Parfois*



#### DESCRIÇÃO

- Manuela Medeiros é um excelente exemplo de uma empreendedora pioneira e muito bem-sucedida. Durante os últimos 25 anos, Manuela Medeiros criou um império enquanto fundadora da marca de acessórios de moda femininos *Parfois*. A primeira loja *Parfois* foi inaugurada, em 1994, no Porto. O conceito da marca desempenhou um papel fundamental no sucesso da iniciativa, pois Manuela Medeiros construiu o seu negócio com base numa abordagem democrática aos acessórios de moda femininos. O sucesso da marca levou à sua expansão, através de *franchises*. Em 2019, a *Parfois* atingiu o impressionante número de 1000 lojas físicas abertas, em Portugal, e de 805, no estrangeiro. Além disso, a marca tem uma forte presença nas redes sociais e uma loja *online*. Todos os produtos *Parfois* são de criação própria, por uma equipa de 40 *designers*, e as lojas recebem novidades todas as semanas. A maioria dos colaboradores da *Parfois* são mulheres (80%, em 2019).
- **Tipo de negócio:** venda a retalho de acessórios de moda femininos
- **Objetivos da empresa:** produção e venda de acessórios de moda femininos a preços acessíveis
- **Serviços oferecidos:** *design*, produção e venda de acessórios de moda femininos
- **Número de colaboradores:** 3121 (este número não inclui *franchisings*)



---

“Os balanços deixo-os para os contabilistas. Para mim o que conta  
são os objetivos para o futuro”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** quando viajava para Londres, Manuela Medeiros gostava de visitar lojas de acessórios de moda femininos, como a *Top Shop*, porque não havia nada semelhante em Portugal
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** antes de fundar a *Parfois*, Manuela Medeiros já era empresária; era proprietária de uma loja de roupa no Porto
- **Desafios com que se deparou:** segundo Manuela Medeiros, a gestão dos recursos humanos é o mais desafiante
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** quando recruta colaboradores, Manuela Medeiros valoriza a ambição, a disponibilidade e o compromisso. Sublinha também que uma boa equipa é crucial para chegar mais longe
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** olhar sempre para o futuro

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 19 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** María Xosé Silvar Fernández
- **Idade:** 38 anos
- **Nacionalidade:** espanhola
- **Profissão:** cantautora
- **Habilitações:** mestrado



#### DESCRIÇÃO

- A Maria Fernández nunca quis um modelo de negócio tradicional, pois não se considera uma empregadora. Queria trabalhar segundo as suas próprias regras e ser criativa. Por esse motivo, fundou uma banda, onde é a vocalista e também a letrista.
- **Tipo de negócio:** artes e espetáculo, produção musical
- **Objetivos da empresa:** partilhar as suas mensagens e criações artísticas e promover a música e a língua galegas
- **Serviços oferecidos:** música folclórica, música galega, concertos
- **Número de colaboradores:** É cantora-compositora, mas por vezes trabalha com até 11 músicos/técnicos



---

Depois de o ter feito, já está!

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** desenvolver o seu trabalho criativo, que é a sua paixão, mas com liberdade para seguir as suas próprias regras
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** estudante e trabalhadora por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** ser uma mulher numa posição de liderança ainda é difícil e, do ponto de vista emocional, pode ser duro
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** María Fernández considera-se uma sortuda, mas está ciente dos muitos problemas que podem surgir. Para as pessoas que têm filhos, por exemplo, é fundamental ter algum apoio para continuar a trabalhar e não ter de desistir de projetos
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** o essencial é fazer o que se gosta, para se ser a pessoa de quem gosta. Além disso, é importante ser consistente

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 20 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Águeda Ubeira Navazas
- **Idade:** 35 anos
- **Nacionalidade:** espanhola
- **Profissão:** empresária
- **Habilitações:** ensino básico

#### DESCRIÇÃO

- A *Chupipostres* dedica-se à elaboração de doces e sobremesas. Este pequeno negócio oferece ainda a encomenda e entrega ao domicílio de pequenos-almoços feitos com produtos caseiros.
- **Tipo de negócio:** pastelaria
- **Objetivos da empresa:** continuar a crescer
- **Serviços oferecidos:** confeção e entrega ao domicílio de produtos alimentares
- **Número de colaboradores:** 4



## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Águeda criou um blogue com o seu filho, numa altura em que os *cupcakes* e *fondants* estavam na moda. Nessa altura, Águeda acabou por identificar que, na zona da sua residência, havia um nicho de mercado para a sua ideia de negócio
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** segundo Águeda, o mais difícil foi lidar com questões legais e burocráticas
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** o recurso a consultoria de RH e a formação

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 21 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Maen
- **Idade:** 43 anos
- **Nacionalidade:** espanhola
- **Profissão:** empresária e *life coach*
- **Habilitações:** ensino secundário

#### DESCRIÇÃO

- A *MaenLife* oferece acompanhamento e apoio emocional, a fim de guiar e ajudar as pessoas a serem quem desejam ser. Maen trabalha com ferramentas como o "planeador de vida", PNL, *coaching*, consciência sistémica e psicoterapia.
- **Tipo de negócio:** serviço de *coaching*
- **Objetivos da empresa:** mostrar às pessoas que existem métodos eficazes que as podem ajudar
- **Serviços propostos:** A *MaenLife* oferece aquilo que designa como "estágios", que dependem da situação de vida e das necessidades cada indivíduo. Oferece também "estágios de planeamento" para ajudar as pessoas a organizarem as suas vidas, a fim de desfrutarem de uma melhor qualidade de vida
- **Número de colaboradores:** 1



## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Maen baseou-se na sua própria experiência de vida que, muitas vezes, a levou a questionar como gerir os seus pensamentos, emoções e a perceção acerca da vida e dos seus desafios
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** segundo Maen, cada dia é um desafio. Por exemplo: antes da pandemia da COVID-19, Maen trabalhava com os seus clientes presencialmente, e tem sido difícil adaptar-se ao contexto digital
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** a procura contínua de novas opções, a observação dos outros, bem como a procura e adoção de soluções para os problemas com que se depara
- **Recomendação para futuros empresários:** antes de avançar para a concretização de uma ideia de negócio é importante ter ideias claras acerca do serviço ou produto a criar, assim como da missão da empresa

**FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset****ESTUDOS DE CASO 22  
SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS****INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA**

- **Nome:** María del Mar Vázquez
- **Idade:** 47 anos
- **Nacionalidade:** espanhola
- **Profissão:** empresária
- **Habilitações:** curso de especialização tecnológica

**DESCRIÇÃO**

- *A Cun Estética y Bienestar* é um lugar onde relaxamento e beleza se unem com força, energia e paixão. Maria del Mar Vázquez sempre teve o desejo de criar um conceito inovador: um *spa* urbano, no qual as pessoas pudessem relaxar e cuidar de si próprias. Sendo esteticista profissional e tendo trabalhado em diferentes centros de beleza, em 2017, Maria del Mar decidiu abrir o seu próprio espaço especializado em tratamentos de beleza naturais.
- **Tipo de negócio:** estética e bem-estar
- **Objetivos da empresa:** prestar serviços na área da estética e bem-estar, com recurso a produtos e técnicas naturais
- **Serviços propostos:** tratamentos de rosto e corpo, massagens e terapias naturais
- **Número de colaboradores:** 3



---

“Os amigos são realmente importantes quando se inicia um novo projeto”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Maria del Mar sempre se interessou pela estética, o que a levou a fazer diferentes cursos e ações de formação na área
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** a carência de competências digitais. Hoje em dia, e neste tipo de negócio, as competências digitais são fundamentais para criar e implementar uma boa estratégia de disseminação nas redes sociais. Para atrair potenciais clientes é, pois, necessário saber realizar uma campanha publicitária em plataformas digitais e na internet. Além disso, a gestão de uma empresa envolve competências administrativas e organizacionais que os trabalhadores por conta de outrem geralmente não dispõem
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Maria del Mar contou com o apoio de alguns amigos e também com a sua força de vontade para aprender a administrar o seu próprio negócio. Para esse efeito, participou também em algumas ações de formação, a fim de melhorar sua confiança e competências digitais
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** é realmente importante ser um profissional especializado e diferenciado para oferecer o melhor aos clientes.

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 34 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Elena Ferro Lamela
- **Idade:** 37 anos
- **Nacionalidade:** espanhola
- **Profissão:** empresária e artesã
- **Habilitações:** mestrado

#### DESCRIÇÃO

- *Em Eferro zocos e coiro*, Elena Ferro Lamela dá continuidade a uma tradição familiar: o fabrico artesanal dos tradicionais tamancos galegos. Esta arte estava em vias de desaparecer, mas graças à aposta no desenho de modelos modernos e ergonómicos tem vindo a ser revitalizada. A *Eferro* tem sido uma das marcas promotoras desta tendência.
- **Tipo de negócio:** produção e venda de calçado
- **Objetivos da empresa:** reativar uma tradição
- **Serviços propostos:** produção artesanal e venda de calçado
- **Número de colaboradores:** 9



---

“Uma vez feito, já está”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** a vontade de manter uma tradição familiar e um ofício artesanal
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** artesã, trabalhadora por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** Elena teve dificuldades na aceitação do produto por parte dos clientes
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** tentou criar novos modelos e introduziu mudanças nos seus produtos para atender às necessidades dos seus clientes

**FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset****ESTUDOS DE CASO 24  
SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS****INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA**

- **Nome:** Nuria Fernández Delgado
- **Idade:** 43 anos
- **Nacionalidade:** espanhola
- **Profissão:** empresária, contabilista e gestora de redes sociais
- **Habilitações:** mestrado

**DESCRIÇÃO**

- Fundada por Nuria Fernández Delgado, a *NUFEDE* dedica-se ao *marketing* digital e à gestão de redes sociais de diversas empresas, bem como oferece serviços de auditoria, *mentoring* e de formação em redes sociais. Em 2019, a *NUFEDE* tornou-se formadora oficial do Facebook para a região de Castela e Leão. Neste mesmo ano, criou o seu primeiro produto físico, o *Community Planner*. Em 2020, a *NUFEDE* lançou o seu primeiro curso de formação sobre o uso de *hashtags*.
- **Tipo de negócio:** consultoria e *marketing digital*
- **Objetivos da empresa:** duplicar o número de clientes e criar uma equipa de trabalho para gerar mais negócio
- **Serviços propostos:** gestão de redes sociais, campanhas de *marketing* digital, *mentoring*, auditorias e formação em redes sociais, venda de *software*
- **Número de colaboradores:** 1 a tempo inteiro e 2 em regime de *freelance*



---

“Iniciar um negócio sem um plano estabelecido  
é como andar às cegas”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

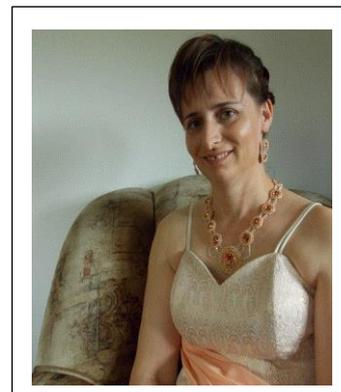
- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Nuria sempre teve vontade de criar o seu próprio negócio
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** de acordo com Nuria, a escassez de conhecimentos em *marketing* digital por parte dos clientes e a ausência de subsídios que apoiem mulheres empreendedoras
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Nuria criou um programa de formação destinado a elevar a compreensão dos seus clientes acerca dos objetivos e importância do *marketing* digital
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** é preciso acreditar no projeto, trabalhar arduamente e mostrar que o produto ou serviço dá resposta a uma necessidade e traz benefícios. Além disso, é importante fazer muito *networking* e ter sempre um plano B, caso os rendimentos de uma única fonte não se tornem suficientes

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 25 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Renata Kaczmarzyk
- **Idade:** 41 anos
- **Nacionalidade:** polaca
- **Profissão:** *designer* e criadora de joias, empresária
- **Habilidades:** mestrado em gestão financeira



#### DESCRIÇÃO

- Renata Kaczmarzyk fundou o seu negócio há cerca de oito anos, após ter comprado *online* um conjunto de joias em *soutache*, que, infelizmente, não correspondeu às suas expectativas, em virtude da sua falta de qualidade. Renata pensou, então, que conseguia fazer melhor; estava certa. Começou por ser autodidata, recorrendo a tutoriais disponíveis na *internet*. Dois anos depois percebeu que estava pronta para partilhar os seus trabalhos com o mundo. Começou por vender as suas joias na plataforma Allegro. Mais tarde, participou nas primeiras feiras e exposições. Atualmente, Renata expõe os seus trabalhos nas mais prestigiadas feiras e mercados de joias.
- **Tipo de negócio:** criação e venda de joias
- **Objetivos da empresa:** fazer as mulheres sentirem-se mais bonitas, felizes e valorizadas ao utilizarem peças artesanais e únicas
- **Serviços propostos:** criação e produção artesanal de joias em *soutache*



---

“Não tenhas medo de realizar os teus sonhos e, quando atingires um objetivo, procura logo o próximo”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

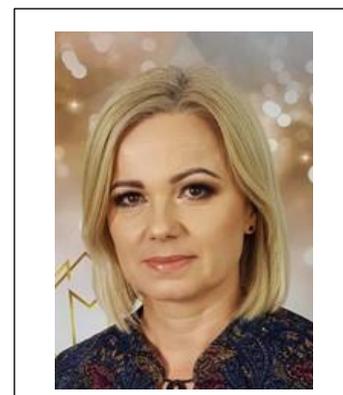
- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** a inspiração para a criação de joias está em toda a parte, mas, principalmente na natureza, as possibilidades são infinitas
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** empresária
- **Desafios com que se deparou:** Renata afirma ter tido a sorte de criar o seu próprio negócio quando os filhos já eram jovens adultos
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** o seu marido sempre a apoiou e isso foi muito importante
- **Organização de apoio:** as autoridades locais da comuna de Bałtów, convidam Renata para vários eventos e viagens, nos quais tem a oportunidade de apresentar os seus produtos a novos clientes
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** entusiasmo, paciência, compromisso e coração. É importante fazer tudo com o maior cuidado, porque só assim se pode garantir a mais alta qualidade

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 26 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Aneta Osypanka
- **Idade:** 46 anos
- **Nacionalidade:** polaca
- **Profissão:** empresária e gestora de vendas da *Avon*
- **Habilitações:** licenciatura



#### DESCRIÇÃO

- A história de Aneta Osypanka começou em 1997, quando encontrou um anúncio da marca *Avon* numa revista feminina e se candidatou ao lugar de revendedora desta companhia. Combinando esse trabalho com as suas responsabilidades enquanto mãe, Aneta foi ganhando competências de vendas e de atendimento personalizado ao cliente. Dois anos depois, a *Avon* convidou-a a assumir a função de gestora distrital de vendas, a fim de criar uma equipa de revendedores. Graças ao seu empenho, trabalho sistemático e melhoria contínua das suas competências de gestão, Aneta criou uma das melhores equipas de vendas da *Avon* na Polónia. Atualmente, trabalha com uma equipa de 103 pessoas que lideram as suas próprias equipas de vendas, cujo número de revendedores ascende a cerca de 2600. Aneta oferece formação contínua e promove reuniões para motivar os seus colaboradores, mantendo-se atenta aos constantes desenvolvimentos e tendências de mercado.
- **Tipo de negócio:** venda de cosméticos
- **Objetivos da empresa:** recrutamento, desenvolvimento de equipas e de estruturas de vendas
- **Serviços oferecidos:** venda de cosméticos e consultoria
- **Número de colaboradores:** 2703



---

“No meu trabalho, coloco as pessoas em primeiro lugar – o seu desenvolvimento, a sua motivação e o seu sucesso. Uma equipa de pessoas que se sentem apreciadas e motivadas é a chave para o sucesso”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Aneta sempre se interessou por negócios associados às áreas da beleza e da cosmética
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora independente
- **Desafios com que se deparou:** segundo Aneta, os fatores socioeconómicos são um desafio permanente na criação de um negócio, especialmente para as mulheres que, no setor da cosmética, representam cerca de 90% dos revendedores. Por outro lado, conciliar o desenvolvimento do negócio e as responsabilidades familiares foi particularmente desafiante
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** um planeamento adequado, a definição clara dos valores mais importantes e muito apoio da família
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** colocar as pessoas em primeiro lugar. O sucesso de uma equipa de trabalho depende muito das pessoas se sentirem apreciadas e motivadas

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 27 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Monika Wodzianka
- **Idade:** 39 anos
- **Nacionalidade:** polaca
- **Profissão:** empresária, fundadora da agência de publicidade *Deka*
- **Habilitações:** licenciatura



#### DESCRIÇÃO

- Antes de criar a sua própria empresa, Monika Wodzianka trabalhou em diversas editoras, gráficas e até para uma agência de recrutamento de RH. A *Deka* foi fundada, em 2014, por Monika, através do estabelecimento de uma parceria com uma companhia líder de mercado na área de serviços de Tecnologias de Informação (TI). Ao estabelecer o seu próprio negócio, Monika afirma ter tido a oportunidade de trabalhar com diversas empresas em setores de atividade distintos.
- **Tipo de negócio:** publicidade e *marketing*
- **Objetivos da empresa:** criação de identidade visual de marcas
- **Serviços propostos:** identidade visual de marcas, tipografia e impressão de material publicitário, desenvolvimento de *sites* e de campanhas de imagem para redes sociais, consultoria na área da segurança e serviços de TI
- **Número de colaboradores:** 1



---

“Estou cercada por pessoas que me inspiram a desenvolver-me ainda mais.  
É importante não ter medo da mudança e não nos deixarmos limitar  
pelo ambiente que nos rodeia”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Monika considera que a sua própria experiência profissional e a vontade de escolher os projetos em que gostaria de trabalhar foram determinantes na decisão de criar o seu próprio negócio
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem e *freelance*
- **Desafios com que se deparou:** encontrar um parceiro de negócios sério para uma cooperação estável e duradoura
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Monika procurou pacientemente entre empresas locais, focando-se nas instituições que operavam há mais tempo no mercado e em áreas interessantes para si
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** usem os conhecimentos e competências de que dispõem para melhorarem a vossa imagem junto das empresas com que colaboram. Desenvolvam a vossa autoconfiança e a confiança dos vossos clientes nos serviços prestados

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 28 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Katarzyna Jakubowicz Czachur
- **Idade:** 53 anos
- **Nacionalidade:** polaca
- **Profissão:** consultora de RH e empresária
- **Habilitações:** licenciatura



#### DESCRIÇÃO

- Katarzyna Jakubowicz Czachur e o seu marido fundaram, em 2017, a unidade de agroturismo *Miętowy Anioł-Mint Ange*. Este negócio local situa-se nas montanhas de Bieszczady, uma região de grande beleza natural e longe da azáfama citadina do século XXI. Katarzyna é uma ex-maratonista, apaixonada por desporto e caminhadas, bem como por culinária. O seu marido é artista gráfico, pintor e músico.
- **Tipo de negócio:** hotelaria e turismo
- **Objetivos da empresa:** receber de coração aberto todos aqueles que querem passar algum tempo nas montanhas Bieszczady
- **Serviços propostos:** alojamento e refeições, *workshops* de culinária e de música
- **Número de colaboradores:** 2



---

“Faça o que gosta, seja corajosa na tomada de decisões”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** paciente, dotada de uma mente aberta e apaixonada pela vida, Katarzyna quis criar um lugar onde todos pudessem encontrar paz, ver o azul do céu e as cores perfumadas das florestas, trilhos de montanha sinuosos, amanheceres e pores-do-sol
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** consultora de RH
- **Desafios com que se deparou:** o mais difícil foi conseguir financiamento para conseguir comprar o imóvel
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** foi necessária muita paciência, algum tempo e o apoio de boas pessoas
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** nada é impossível quando se quer realmente fazer algo diferente

**FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset****ESTUDOS DE CASO 29  
SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS****INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA**

- **Nome:** Wioletta Kruczek
- **Idade:** 55 anos
- **Nacionalidade:** polaca
- **Profissão:** empresária, pasteleira e proprietária da fábrica de confeitaria *Kalinka*
- **Habilitações:** ensino secundário e mestre de pastelaria

**DESCRIÇÃO**

- Em 1989, Wioletta Kruczek fundou uma pequena cafetaria chamada *Kalinka*, que servia café, sobremesas e pastelaria de fabrico próprio. Dois anos depois, a empresa suspendeu a sua atividade, em virtude do nascimento do segundo filho de Wioletta. Esta situação manteve-se até 1995, altura em que Wioletta retomou a sua atividade profissional. Mas só em 1998 se tornou possível iniciar a produção de confeitaria em pequena escala. O negócio foi crescendo, e Wioletta e o marido acabaram por adquirir uma casa antiga na rua principal da cidade de *Błazowa*. Nessa altura, obtiveram também financiamento para aumentarem o número de postos de trabalho e renovarem o edifício. Em dezembro de 1999, a empresa foi transferida para um novo edifício, no qual está atualmente sediada a fábrica de confeitaria. Em 2009, a empresa adquiriu um segundo prédio, onde estabeleceu uma mercearia e uma loja.
- **Tipo de negócio:** produção, venda e distribuição de produtos de pastelaria
- **Objetivos da empresa:** fornecer produtos naturais, frescos e baseados em receitas caseiras
- **Serviços propostos:** produção, venda e distribuição de produtos de pastelaria, serviço de eventos (casamentos, batizados, etc.)
- **Número de colaboradores:** 18



---

“Telefone e encomende. Nós fazemos e entregamos no endereço fornecido”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** durante a sua juventude, Wioletta ajudou a confeccionar vários bolos de casamento e sempre quis criar um serviço de confeitaria destinado a esses eventos, que realizasse as encomendas e as entregasse ao cliente
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** trabalhadora por conta de outrem
- **Desafios com que se deparou:** segundo Wioletta, todas as pessoas se deparam com desafios em termos de desenvolvimento profissional. Gerir uma empresa e cuidar de seis crianças não foi tarefa fácil, e as responsabilidades familiares e profissionais tiveram de ser habilmente geridas e o tempo bem administrado. No entanto, na sua ótica, o maior desafio enfrentado foi a pandemia da COVID-19, que levou à paralisação da produção, ao decréscimo do volume de encomendas e a dificuldades na retenção de colaboradores
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** o apoio do marido e da família foi fundamental para conciliar o papel de mãe com o de empresária. Durante a pandemia, os apoios concedidos às empresas têm sido fundamentais para Wioletta conseguir manter postos de trabalho e liquidez financeira
- **Organização de apoio:** no decurso do seu percurso profissional, Wioletta contou com o apoio de várias instituições locais e regionais, tais como a ARIM (Agência para a Reestruturação e Modernização da Agricultura), o PFRON (Cofinanciamento para pessoas com deficiência) e o grupo de ação local *Lider Dolina Strugu*, entre outros
- **Recomendação para futuras empreendedoras:** vá atrás dos seus sonhos. Não tenha medo de os realizar. A viagem pode ser difícil, mas a satisfação é grande

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 30 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Zdzisława Tubaj
- **Idade:** 71 anos
- **Nacionalidade:** polaca
- **Profissão:** empresária e proprietária da *TUBAJ*
- **Habilitações:** mestrado



#### DESCRIÇÃO

- A Escola de Técnicas de Leitura e de Aprendizagem Rápida *TUBAJ* iniciou a sua atividade em janeiro de 2001, em *Częstochowa*, mas conta hoje com mais de 50 sucursais. No entanto, a origem deste projeto remonta ao ano de 1997, e ao desenvolvimento de uma metodologia de formação para promover a leitura em velocidade e novas técnicas de aprendizagem. Apesar do ceticismo inicial, após a realização dos primeiros cursos e de comprovada a eficácia desta abordagem, o interesse público aumentou. Órgãos de comunicação social e escolas queriam saber mais acerca da metodologia, o que aumentou o número de inscritos nos cursos e de professores que queriam colaborar com a escola. Assim, em 2001, iniciou-se a formação de professores e a criação da rede de escolas *TUBAJ*. Atualmente, a rede conta com mais de 50 formadores na Polónia e no estrangeiro, já que os manuais foram traduzidos para alemão.
- **Tipo de negócio:** ensino e formação
- **Objetivos da empresa:** oferta formativa para benefício de crianças, adolescentes e adultos
- **Serviços propostos:** ensino de técnicas de leitura rápida, destinadas a diferentes faixas etárias, *workshops* para pais, bem como para crianças e jovens com dificuldades de aprendizagem, formação de professores e em empresas
- **Número de colaboradores:** 60



---

## “Nós aprendemos a aprender”

---

### PERCURSO PROFISSIONAL

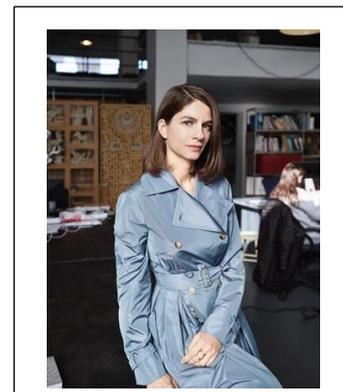
- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** a observação e a experiência de Zdzisława no decurso da sua vida profissional
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** Zdzisława é bibliotecária e filóloga de formação, mas o trabalho com crianças e adolescentes levou-a chegar à conclusão de que os métodos de ensino da leitura (e não só) não permitem desenvolver todo o potencial mental dos alunos. Os alunos são obrigados a aprender, mas ninguém lhes dá instruções sobre como aprender
- **Desafios com que se deparou:** durante algum tempo, Zdzisława deparou-se com algum ceticismo e desconfiança relativamente ao seu projeto
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** esta situação foi superada em virtude dos comprovados benefícios da abordagem e metodologia de Zdzisława
- **Organização de apoio:** autoridades locais e universidades (incluindo a Universidade Jagielloniana, a Universidade de Varsóvia); a União Europeia tem também financiado diversos projetos educativos
- **Recomendação para futuros empresários:** Podemos fazer qualquer coisa que queiramos, desde que tenhamos as ferramentas certas para o fazer

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 31 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Stella Kasdagli
- **Nacionalidade:** grega
- **Profissão:** escritora, jornalista e cofundadora da *Women on Top*
- **Habilitações:** licenciatura



#### DESCRIÇÃO

- A *Women on Top* é uma organização sem fins lucrativos que se dedica a promover a igualdade de género no mercado de trabalho. Fundada em 2012, a *Women on Top* já criou e monitorizou mais de 830 parcerias com o objetivo de beneficiar mulheres em situação de desemprego, mulheres que querem mudar o curso da sua carreira profissional, estabelecer-se em profissões dominadas por homens ou criar os seus próprios negócios. Além disso, esta organização é responsável pela formação de mais de 1200 mulheres na área dos cuidados materno-infantis. A iniciativa *Women on Top in Business* oferece serviços de formação, consultoria e de gestão de projetos a empresas e organizações que desejam fomentar a representação igualitária das mulheres em contexto de trabalho e investir na diversidade e inclusão, bem como promover o equilíbrio entre vidas pessoal, familiar e profissional entre os seus colaboradores. A *Women on Top* desenvolveu uma ampla plataforma de comunicação e de criação de conteúdos (pesquisas, artigos, *podcasts*, eventos, etc.), a fim de construir poderosas redes em torno da igualdade de género e ajudar a promover modelos femininos positivos e fortes, assim como sensibilizar o público em geral e órgãos de decisão para os obstáculos enfrentados pelas mulheres quando pretendem ter uma participação igualitária na vida pública.
- **Tipo de negócio:** ONG, formação, *mentoring*, aprendizagem ao longo da vida
- **Objetivos da empresa:** promoção da igualdade de género no mercado de trabalho
- **Serviços oferecidos:** formação, aconselhamento e *mentoring*, aprendizagem ao longo da vida
- **Número de colaboradores:** 7 (contratados) e 250 voluntários (mentores)



## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** a ideia para criar a *Women on Top* nasceu em 2010, numa altura em que Stella estava indecisa sobre o que queria fazer profissionalmente. Stella estava grávida e, trabalhando há vários anos como jornalista, era então sistematicamente questionada acerca da forma como combinaria trabalho e família quando voltasse ao trabalho e como antevia a sua vida profissional daí a alguns anos
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** jornalista
- **Desafios com que se deparou:** quando Stella fundou a *Women on Top*, a igualdade de género não estava ainda inscrita nas agendas públicas
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** a organização de seminários de formação profissional em *soft skills* (comunicação, gestão do stress, gestão de tempo), competências digitais e de empreendedorismo, assegurando sempre cuidados para crianças, para que as mulheres que fossem mães pudessem participar. Em seguida, a *Women on Top* estabeleceu diversas parcerias com empresas que financiam várias ações ou que pretendem ter acesso a estes serviços para formar os seus recursos humanos – por exemplo, como tornar a cultura da empresa mais inclusiva ou como lidar com sexismo, desigualdades e discriminação de género.
- **Organização de apoio:** financiamento por parte de empresas parceiras e programas europeus, instituições de caridade e atividade comercial

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 32 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Sophia Amarouso
- **Idade:** 36 anos
- **Nacionalidades:** grega e americana
- **Profissão:** empresária, fundadora e CEO da *Nasty Gal*
- **Habilitações:** ensino secundário



#### DESCRIÇÃO

- A greco-americana Sofia Amarouso, fundadora da *Nasty Gal*, é exemplo inspirador de empreendedorismo. Não só porque, apenas com 34 anos, o seu negócio foi avaliado em 280 milhões de dólares, mas principalmente porque Sofia foi capaz de superar diversos desafios. Sofia deixou a escola depois de lhe ter sido diagnosticada depressão e Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade, acabando por concluir o ensino secundário em casa. Depois do divórcio dos seus pais, Sofia viveu na rua durante algum tempo, mas aos 22 anos a sua vida mudou. Em 2006, começou a trabalhar como segurança na Universidade de Belas Artes de São Francisco. Na mesma altura, criou uma loja no *eBay* para vender roupas *vintage* e quaisquer outros artigos em segunda mão que lhe viessem parar às mãos. Em 2008, depois de vender artigos roubados, acabaria por sair do *eBay* e por criar a sua própria loja *online*: a *Nasty Gal*.
- **Tipo de negócio:** venda de artigos de vestuário e outros em segunda mão
- **Objetivos da empresa:** vender vestuário *vintage* e outros artigos em segunda mão
- **Serviços propostos:** venda de vestuário e de artigos em segunda mão
- **Número de colaboradores:** 400



## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** *Nasty Gal* é o nome de um álbum de Betty Davis, de 1975, no qual Sophia se inspirou para criar a sua marca, justamente pela audácia e pela alusão à 'fraude'
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** antes de se tornar empresária, Sophia foi estudante e segurança
- **Desafios com que se deparou:** para aumentar as vendas, Sophia necessitava de modelos que vestissem as suas roupas para que as pudesse fotografar
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Sophia aproveitou os seus limitados conhecimentos na área da fotografia e recorreu a amigos que, vestidos com as roupas *vintage*, serviram de modelos

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 33 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Lia Michailidi e Penelope Tsompanidou
- **Nacionalidade:** grega
- **Profissão:** empresárias e fundadoras da *my Greek soap*



#### DESCRIÇÃO

- Lia Michailidi e Penelope Tsompanidou criaram a *my Greek soap* em 2019. Apostando em métodos artesanais, Lia e Penelope dedicaram-se ao estudo e criação de uma gama composta por três linhas de sabonetes únicos e de excelente qualidade.
- **Tipo de negócio:** produção e venda *online* de sabonetes artesanais
- **Objetivos da empresa:** promover um produto tradicional grego, de alta qualidade
- **Serviços propostos:** venda *online* de sabonetes artesanais



## PERCURSO PROFISSIONAL

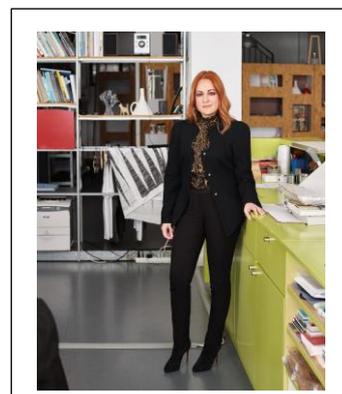
- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** Baseadas nos conhecimentos acerca do fabrico de sabão de azeite artesanal, Lia e Penelope decidiram dedicar tempo a estudar e a experimentar técnicas artesanais de fabrico de sabão, para criarem produtos de elevada qualidade
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** Penelope tem muitos anos de experiência na arte de fazer sabonetes, bem como no ensino das suas técnicas de fabrico. Por seu turno, Lia tem experiência no campo da publicidade, pelo que as duas uniram as suas forças e conhecimentos

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 34 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Melina Taprantzi
- **Nacionalidade:** grega
- **Profissão:** empreendedora e fundadora da *Wise Greece*
- **Habilitações:** bacharelato



#### DESCRIÇÃO

- Desde 2013 que a *Wise Greece* visa promover os produtos produzidos por pequenos produtores agrícolas gregos e, ao mesmo tempo, combater as carências alimentares de segmentos da população grega, através do fornecimento de mercearias sociais, orfanatos e de outras instituições do setor social. A equipa de voluntários da *Wise Greece* é multidisciplinar, integrando especialistas em controlo de qualidade, *marketing* e vendas.
- **Tipo de negócio:** empreendedorismo social
- **Objetivos da empresa:** ajudar pequenos produtores de bens alimentares a escoarem os seus produtos
- **Serviços propostos:** promoção de produtos alimentares e de pequenos produtores gregos em todo o mundo
- **Número de colaboradores:** voluntários em número indeterminado



---

“Uma iniciativa social com uma dupla missão”

---

## PERCURSO PROFISSIONAL

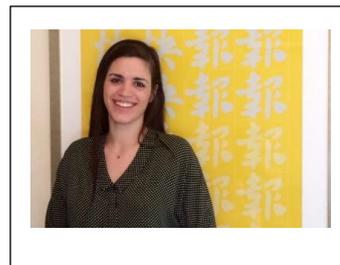
- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** a ideia de negócio nasceu em 2013, depois de Melina ter visitado a mercearia social do seu bairro e ter descoberto que apenas tinha lâminas de barbear para oferecer. Nessa altura, Melina pensou que era necessário assegurar um afluxo constante de alimentos, de modo a suprir carências alimentares e também a ajudar pequenos produtores destes bens a escoarem os seus excedentes
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** empregada por conta de outrem numa agência de publicidade
- **Desafios com que se deparou:** quando se dirigiu à autoridade tributária grega, Melina foi informada de que o tipo de iniciativa que tinha em mente era ilegal. Por outro lado, a *Wise Greece* demorou cerca de 6 meses a encontrar o primeiro produtor disposto a estabelecer uma parceria
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** Melina acabaria por provar que, de acordo com a legislação vigente, o projeto era legal. Para atrair os produtores, foi essencial garantir que a sua colaboração não era prejudicial aos seus negócios, pelo que a *Wise Greece* adotou um modelo de gestão no qual os custos operacionais são mantidos a um nível baixo

## FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset

### ESTUDOS DE CASO 35 SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS

#### INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA

- **Nome:** Stefania Niakarou Simou
- **Nacionalidade:** grega
- **Profissão:** fundadora e CEO da Grécia Misteriosa
- **Habilitações:** licenciatura em Relações Públicas e mestrado em Gestão de Eventos



#### DESCRIÇÃO

- A Grécia Misteriosa é uma plataforma que disponibiliza um guia informativo completo sobre tudo o que os viajantes precisam de saber sobre a Grécia. O conteúdo das viagens na plataforma apresenta destinos exclusivos, hotéis boutique, empresas intrigantes, entre outras dimensões de autenticidade que a Grécia oferece. A Grécia Misteriosa foi criada em 2013.
- **Tipo de negócio:** publicação *online*
- **Objetivos da empresa:** destacar e dar a conhecer locais desconhecidos em toda a Grécia
- **Serviços propostos:** informação e dicas sobre o continente e ilhas gregas, bem como sobre agroturismo, e outras atividades, como caminhadas, *windsurf* e muito mais

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** o foco principal de Stefania era apresentar a Grécia autêntica, surgindo a ideia de criar uma publicação/blogue *online*
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** jornalista/escritora de viagens
- **Desafios com que se deparou:** fatores socioeconómicos, vida familiar, desafios organizacionais, etc. O início constituiu um grande desafio, com incertezas associadas à receptividade da ideia
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** tive apoio financeiro dos meus pais, bem como da minha boa amiga Despina, que me apoiou na resolução de todos os problemas que foram surgindo, do meu irmão e da sua namorada, que me dizem sempre a sua opinião e me ajudam em tudo o que faço. Claro que devo o resultado final à empresa que realizou e digitalizou o meu sonho, a 33Communications
- **Organização de apoio:** Empresa digital 33Communications

**FFEM – Fostering Female Entrepreneurship Mindset****ESTUDOS DE CASO 36  
SOBRE MULHERES EMPREENDEDORAS****INFORMAÇÃO BIOGRÁFICA**

- **Nome:** Stefania Niki Koutsiana
- **Nacionalidade:** grega
- **Profissão:** farmacêutica, fundadora e membro do Conselho de Administração da APIVITA e presidente da Symbeosis
- **Habilitações:** licenciatura em Farmácia, tendo estudado aromaterapia

**DESCRIÇÃO**

- Os seus conhecimentos e amor pela aromaterapia e homeopatia, praticamente desconhecidos na década de setenta do século passado na Grécia, levaram-na a explorar tratamentos de medicina alternativa. Em 1979, o seu sonho tornou-se realidade, ao fundar a APIVITA, a primeira empresa grega de cosmética natural
- **Tipo de negócio:** empresa de cosmética natural
- **Objetivos da empresa:** acrescentar valor para o ambiente, para a sociedade e para a economia
- **Serviços propostos:** a APIVITA (que significa “vida da abelha”) disponibiliza produtos de beleza natural eficazes para o rosto, corpo e cabelo

## PERCURSO PROFISSIONAL

- **Fonte de inspiração para a ideia de negócio:** o seu conhecimento e amor pela aromaterapia e homeopatia
- **Experiência profissional antes de se tornar empreendedora:** estudante, farmacêutica e apicultora
- **Desafios com que se deparou:** fatores socioeconómicos e o facto de que a aromaterapia e a homeopatia serem praticamente desconhecidos na Grécia, aquando do início do seu negócio
- **Solução encontrada para fazer face aos desafios:** o seu amor e conhecimento da natureza e das abelhas, juntamente com o apoio do seu marido, que também é farmacêutico
- **Organização de apoio:** SYMBEEOSIS, uma empresa fundada pela Stefania e pelo seu marido, que visa assegurar a rastreabilidade biológica das matérias-primas dos seus produtos, através das suas próprias abelhas e do cultivo de plantas e ervas aromáticas, explorando sinergias com produtores e apicultores orgânicos