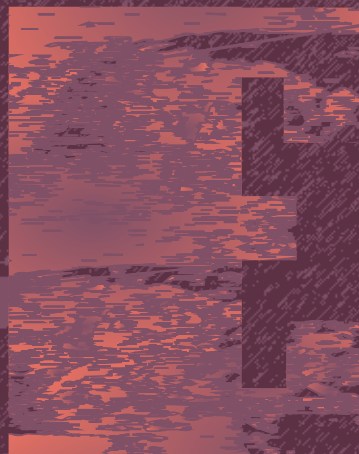
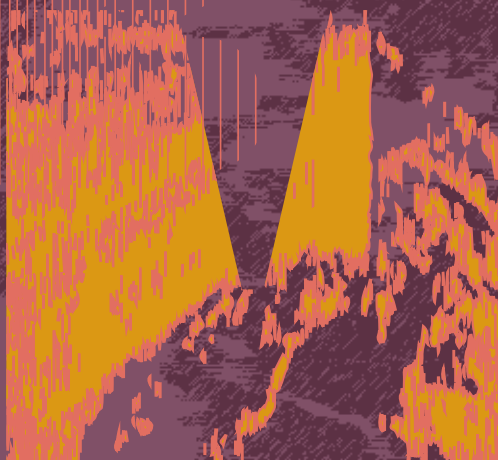




**Mulheres
Empreendedoras,
Porque Sim!**

Título

MULHERES EMPREENDEDORAS, PORQUE SIM!

Autoria

ACEP e outros

Revisão

Livia Apa

Parceiros

ACEP - Associação para a Cooperação

Entre os Povos

Rua de São Bento 222, 1200-821 Lisboa

acep.pt

Tiniguena - Esta Terra é Nossa!

Apartado 667, Bairro de Belém, Bissau

Guiné-Bissau

tiniguena-etn.org

Kaleidoscopio

Av. Paulo Samuel Kankhomba,

1810, Maputo – Mozambique

kaleidoscopio.co.mz

Criação gráfica

Neusa Trovada

Apoio financeiro

Camões – Instituto da Cooperação e da Língua

Pré-impressão, impressão e acabamento

Guide Artes Gráficas

Depósito legal

553315/25

ISBN

978-989-8625-39-7

O conteúdo desta publicação é da
responsabilidade exclusiva dos promotores
e autores e em nenhum caso pode considerar-
-se como reflectindo o ponto de vista do
financiador.

Mulheres Empreendedoras, Porque Sim!



INTRODUÇÃO **08** FOCOS **15**

GUINÉ-BISSAU **16**

CONTEXTUALIZAÇÃO DO
MAPEAMENTO DE INICIATIVAS
DE EMPREENDEDORISMO
FEMININO NA ECONOMIA
CRIATIVA – GUINÉ-BISSAU

19 MOÇAMBIQUE **46**

CONTEXTUALIZAÇÃO DO
MAPEAMENTO DE MULHERES
NA ECONOMIA CRIATIVA EM
MOÇAMBIQUE **49** OUTRAS

EXPERIÊNCIAS 78 ANGOLA

80 SOU A CHEFE DE MIM
PRÓPRIA, NÃO TENHO

MEDO **83** CABO VERDE **104**

ACEP MAPEAMENTO DE

INICIATIVAS EM CABO VERDE

107 SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE

128 ELAS CRIAM, LOGO

EXISTEM **131** MULHERES

EMPREENDEDORAS **146**



Introdução

Tânia Santos

O projeto “Mulheres empreendedoras dos PALOP: cultura, inovação e desenvolvimento tem como objetivo contribuir para a promoção de um ambiente favorável à realização de direitos das mulheres e ao seu empoderamento na esfera económica, social, cultural e política, através da produção de conhecimento sobre as suas experiências de empreendedorismo criativo em Angola, Cabo-Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe e do reforço das oportunidades para a construção de espaços de diálogo e intercâmbio nacional e internacional.

O estudo que aqui se apresenta constitui assim, o resultado do processo de pesquisa sobre as iniciativas económicas criativas promovidas por mulheres nos PALOP e um recurso que se espera promotor do debate, reconhecimento e fortalecimento das mesmas no espaço da cooperação internacional para o desenvolvimento.

A discussão sobre a igualdade de género no desenvolvimento parte do questionamento e da crítica feminista, evidente desde a década de 1970, aos pressupostos subjacentes à produção

de conhecimento e à decisão política, que, estando assentes num suposto sujeito universal, concebido a partir de estruturas sociais assentes na desigualdade entre homens e mulheres, oculta, desvaloriza ou desconsidera o papel e o contributo daquelas (Okech, 2009). Nas décadas subsequentes assistiu-se à integração da igualdade de género nos discursos, políticas e programas das instituições internacionais, salientando-se a importância do papel das mulheres na eficácia das intervenções orientadas para a redução da pobreza, apoio à infância, proteção do ambiente ou outras, onde a intervenção do Estado era ausente ou insuficiente. Todavia, como salienta Okech (2009), o discurso centrado na eficácia dos programas contribuiria para atribuir às mulheres um conjunto de responsabilidades na resposta a desafios sociais sem a correspondente transformação das estruturas sociais, económicas, políticas e culturais que (re)produzem a desigualdade e a vulnerabilidade. Por outro lado, a perspetiva eminentemente técnica, de ambição “global”, promovida pelas instituições internacionais

determinaria os termos e horizontes do debate sobre género, despolitizando e desvalorizando a complexidade da desigualdade em sociedades muito diversas e limitando a construção de referenciais e políticas realmente pertinentes para os contextos em causa (Okech, 2009). Argumenta-se então, que o debate sobre género e desenvolvimento carece do enfoque político das críticas feministas na sua diversidade, particularmente dos feminismos negro e indígena, para a produção de políticas que permitam responder aos grupos mais excluídos e ao agravamento do desequilíbrio nas relações de poder

entre o Norte e o Sul Global (Mackett, 2023).

Na última década, a discussão sobre género e desenvolvimento, em particular, sobre o papel económico das mulheres, tem evidenciado um interesse crescente pelo empreendedorismo feminino num contexto de valorização do setor privado pelas instituições internacionais, em particular pelo Banco Mundial. A revisão da produção científica sobre o tema de Ojong, Simba e Dana (2021) parte da constatação de que África é o único continente onde o número de mulheres empreendedoras ultrapassa o dos homens. Todavia,

“Propõe-se agora uma análise articulada com a dimensão de género para evidenciar o papel, as perspetivas, os contributos e as especificidades das iniciativas económicas criativas promovidas por mulheres, e discutir os desafios, potencialidades e perspetivas para o seu reconhecimento social, económico, político e cultural”

segundo os autores, as iniciativas empreendedoras promovidas por mulheres são particularmente penalizadas pelas dificuldades de acesso ao crédito, a complexidade dos processos de formalização das atividades económicas, a fragilidade das infraestruturas e dos sistemas de transporte, o mau funcionamento das instituições e a corrupção. Os sistemas de crenças e valores que definem as expectativas sobre o papel das mulheres limitam a sua autonomia e as possibilidades de participação no espaço público (cívico, económico, político), sobrecarregando-as com as tarefas associadas ao trabalho doméstico não-remunerado e expondo-as a várias formas de abuso e violência. A desigualdade no acesso à educação, compromete o crescimento das iniciativas de empreendedorismo feminino, salientando-se, contudo, a relevância das competências desenvolvidas a partir da experiência e a importância da aprendizagem em espaços não-formais, a par das redes de contactos para o acesso a clientes, oportunidades, formação e mercados. Finalmente, o empreendedorismo feminino

constitui uma estratégia fundamental para a geração de rendimento, independência, autoestima, estatuto social e identidade pelas mulheres, apresentando-se igualmente relevante para as dinâmicas de emprego e mentoria feminina (Ojong, Simba e Dana, 2021).

Reconhecendo-se a relevância do empreendedorismo feminino em África para a promoção da equidade, importa aprofundar a discussão sobre os setores da economia em que as mulheres intervêm, os seus desafios e potencialidades, propondo-se no presente estudo, um olhar mais atento para as áreas da criatividade e da cultura. A economia criativa, impulsionada pelas transformações da sociedade da informação, mobiliza conhecimento, ideias, tecnologias digitais e o património cultural (material e imaterial) para a produção de bens e serviços (Howkins, 2007) nas áreas das artes performativas, artes visuais, design e artesanato, editoras, espaços de educação e cultura, festivais, produtos naturais e gastronomia, serviços criativos e tecnologias e turismo sustentável. A importância da economia criativa para o desenvolvi-

mento tem sido evidenciada por instituições internacionais como a UNESCO (Isar, 2013) e a UNCTAD (2010) com a produção de estudos, recomendações e programas nos países do Sul questionando-se, contudo, os resultados da exportação de modelos alicerçados na experiência dos países mais industrializados e salientando-se a necessidade de ancorar as políticas e programas nos contextos locais (Sternberg, 2017).

Neste contexto, a ACEP tem vindo a desenvolver um conjunto de estudos e a promover a discussão sobre a economia criativa nos PALOP e o papel da cooperação internacional neste setor. Em trabalhos anteriores, e a partir de uma perspetiva abrangente do conceito, foi possível estudar uma diversidade de iniciativas económicas, entendidas como espaços de construção de “futuros criativos”, em colaboração com organizações de Angola, Cabo-Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste e que resultaram num conjunto de publicações editadas entre 2016 e 2019. Propõe-se agora uma análise articulada com a dimensão de género para evidenciar o

papel, as perspetivas, os contributos e as especificidades das iniciativas económicas criativas promovidas por mulheres, e discutir os desafios, potencialidades e perspetivas para o seu reconhecimento social, económico, político e cultural. Esta reflexão reconhece a diversidade dos contextos sociais em análise e a complexidade dos impactos da economia criativa, para além da geração de rendimento (sociais, culturais, ambientais e políticos) e nesse sentido, procura abrir e valorizar as possibilidades de diálogo, aprendizagem e cooperação a partir das práticas de empreendedorismo feminino criativo e das perspetivas das suas promotoras.

Abbas, Hakima., & Niyiragira, Yves. (2009). *Aid to Africa: Redeemer or Coloniser?* Pambazuka Press.

ACEP. (2019). *Futuros Criativos: Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe, Timor-Leste* (ACEP).

Cardoso, A., Sanches, D., Proença, F., Sá, I., Estrela, M. M., Moniz, M., MBussum, M., Diogo, O., Garcia, O., Albuquerque, R., Pereira, S., Oliveira, S., & Santos, T. (2016). *Futuros criativos: economia e criatividade em Cabo Verde, Guiné-Bissau e São Tomé e Príncipe*. ACEP.

Empreza Di'ak, Lança, M., Garcia, O., Almeida, S., Moreira, S., & Rodrigues, V. (2019). *Futuros Criativos - Economia e Criatividade em Angola, Moçambique e Timor-Leste*. ACEP.

Howkins, John. (2007). *The creative economy: how people make money from ideas*. Penguin.

Isar, Y. R. (2013). *Creative Economy Report: Widening Local Development Pathways*.

Mackett, O. (2023). Black feminism and development. In *Handbook on Alternative Global Development* (pp. 305–322). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839109959.00028>

Ojong, N., Simba, A., & Dana, L.-P. (2021). Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions. *Journal of Business Research*, 132, 233–248. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.032>

Okech, A. (2009). Aid from a feminist perspective. In H. Abbas & Y. Niyiragira (Eds.), *Aid to Africa: Redeemer or coloniser* (pp. 26–41). Fahamu/Pambazuka.

Sternberg, R. (2017). Creativity support policies as a means of development policy for the global South? A critical appraisal of the UNESCO *Creative Economy Report 2013*. *Regional Studies*, 51(2), 336–345. <https://doi.org/10.1080/00343404.2016.1174844>

UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010. A Feasible Development Option*.





Guiné-Bissau

Contextualização do Mapeamento de Iniciativas de Empreendedorismo Feminino na Economia Criativa – Guiné-Bissau

**Projeto – Mulheres
Empreendedoras no PALOP**

Rugui Baldé

A Guiné-Bissau, à semelhança de muitos países africanos, é um país onde as mulheres representam uma força motriz fundamental para o desenvolvimento económico e social, particularmente nos setores da economia informal e criativa.

A economia guineense é fortemente baseada na agricultura de subsistência e no comércio informal, e a contribuição das mulheres guineenses para a economia é estrutural, pois elas estão profundamente enraizadas nos pilares essenciais da vida económica, social e produtiva do país, embora muitas vezes negligenciada e pouco reconhecida pelas estatísticas oficiais. (Henriques et al., 2015)

No entanto, os desafios estruturais como a falta de acesso a educação e saúde adequados, normas sociais e culturais voltadas ao patriarcado e acesso limitado a oportunidades económicas, afetam o empoderamento e emancipação das mulheres.

Os dados oficiais que olham para a economia formal, indicam que as mulheres representam menos de metade da força de trabalho formal com 44.8% em contraste com 63.4% dos homens ainda que elas representem 54.1%, da força de trabalho no setor agrícola (The Global Economy, 2025), a principal fonte de rendimento dos guineenses e isso não é refletido aí, devido à informalidade laboral da maioria das mulheres.

Com 70% das mulheres a trabalhar no sector agrícola (The Global Economy, 2025), são elas as responsáveis por boa parte da produção de alimentos essenciais para a dieta alimentar das famílias, com estudos comprovando que a insegurança alimentar afeta mais os agregados urbanos chefiados por homens (3,4%) do que os chefiados por mulheres (2,2%). (Governo da Guiné Bissau, 2018)

Ainda no que diz respeito à sua participação na economia formal, os empregos concentram-se mais no setor público (educação, saúde e administração) e ONG's, sendo que nesses cargos uma das principais barreiras é a discriminação no acesso a cargos de chefia. Um estudo do PNUD, revelou que mais de 90% dos gestores são homens, e que 75,8% das empresas são geridos por homens. (UNDP 2021).

Já no setor informal, considera-se que 94,8 % dos empregos femininos são informais, mas geralmente os dados não refletem a sua elevada contribuição para a economia (UNDP 2021). Neste setor, nota-se um marco significativo de insegurança económica e vulnerabilidade social e segundo um estudo do Banco Mundial (2024) sobre o Capital Humano na Guiné-Bissau, fatores como a elevada competitividade e a falta de acesso ao crédito são os principais entraves dos trabalhos.

Tendo em conta que a economia guineense é dominada pelo setor informal, em que as mulheres são protagonistas, estes factos vêm confirmar o importante papel que elas jogam. Estas

posicionam-se no centro da economia guineense e do bem-estar das suas famílias e comunidades, ainda que com pouco acesso a recursos as permitam atingir o seu pleno potencial enquanto ator chave na sociedade guineense. Seja nos centros urbanos, onde lideram o comércio informal e pequenos negócios, ou nas zonas rurais, onde domina a agricultura de subsistência, o contributo das mulheres para o desenvolvimento sustentável da Guiné-Bissau é indiscutível.

Apesar das limitações estruturais, da fraca inclusão financeira e da persistente desigualdade de gênero verificada, as mulheres guineenses têm lutado contra a pobreza demonstrando uma grande capacidade de resiliência e criatividade ao desenvolverem pequenos negócios.

Em 2023, estimou-se que cerca de 87% das mulheres empregadas, são trabalhadoras a conta própria ou em cooperativas (Economic Trading Forum, 2025) e muitas criam formas alternativas de gerar renda, como no setor da economia criativa, contribuindo para a preservação da cultura local e coesão

social através dos seus empreendimentos neste setor.

A economia criativa, que abrange áreas como artesanato, moda, música, gastronomia, design, arte popular e expressões culturais, tem sido um espaço onde as mulheres guineenses conseguem empreender. No entanto, apesar do potencial de criação de emprego e rendimento, o setor apresenta-se como pouco dinamizado pelas instituições públicas (Cardoso et al. 2016) fazendo com que essas iniciativas enfrentem desafios como a falta de visibilidade, ausência de apoio técnico e financeiro, e escassa articulação com redes de comercialização e falta de políticas públicas adequadas.

Em 2015 uma investigação pioneira feita pela ONG portuguesa, ACEP em parceria com a ONG guineense Tiniguena, revelou a ausência de dados organizados e sistemáticos sobre iniciativas no setor da economia criativa na Guiné-Bissau, o que dificulta o reconhecimento do seu impacto real, limitando a capacidade de intervenção de parceiros institucionais e de desenvolvimento. Nesse sentido, em 2015 no

âmbito do projeto “Futuros Criativos – Economia criativa como estratégia de desenvolvimento em Cabo-Verde, Guiné-Bissau e São e Príncipe”, procurou-se identificar e valorizar em cada contexto o universo da economia criativa. (Cardoso et al. 2016). Esse trabalho, serviu então de base para ajudar a ilustrar aquilo que a economia criativa representa na Guiné -Bissau.

Mais recentemente em 2023, a ACEP novamente em parceria com a Tiniguena e outras entidades nos PALOP, firmaram o projeto “Mulheres Empreendedoras nos PALOP”, que visa contribuir para a promoção de um ambiente favorável à realização de direitos das mulheres e ao seu empoderamento, em diversas esferas da sociedade, nomeadamente económica, social, cultural e política em 5 países dos PALOP (Guiné-Bissau, Moçambique, Angola, Cabo Verde e S. Tomé e Príncipe). E este documento em particular vem também descrever, ainda que resumidamente a experiência do mapeamento feito na Guiné-Bissau no âmbito deste projeto.

Na Guiné-Bissau, o projeto “Mulheres Empreendedoras nos PALOP” cen-

trou-se essencialmente no processo do mapeamento de empreendedoras na área da cultura, inovação e desenvolvimento. O levantamento, foi elaborado por uma consultora e foi levado a cabo em várias regiões incluindo, Bolama/ Bijagós, Biombo, Cacheu, Gabú e o Setor Autónomo de Bissau.

O trabalho contou com visitas às instalações ou locais de trabalho de cada uma das empreendedoras. Essas visitas, serviram não só para entrevistar as empreendedoras identificadas, mas também, conhecer a essência dos seus negócios, ambientes de trabalho e capturar registos fotográficos e de vídeo.

O mapeamento refletiu o interessante mosaico de iniciativas de empreendedoras existente em áreas como, a transformação de produtos naturais e gastronomia, serviços criativos, moda e media/tecnologia, contando um total de 18 empreendedoras tanto a nível urbano como a nível das zonas rurais, a quem geralmente ainda é mais difícil o acesso a espaços de promoção e visibilidade dos seus negócios.

Depois do processo de mapea-

mento, foi realizado um encontro de intercâmbio em Bissau na sede da Tinguena, que teve como propósito promover condições de diálogo e intercâmbio entre mulheres empreendedoras com vista ao reforço mútuo das suas iniciativas e inclusão em plataformas nacionais e internacionais especializadas.

O encontro contou com a presença de algumas das empreendedoras identificadas no mapeamento, onde num primeiro instante tiveram a oportunidade de partilhar a sua experiência enquanto empreendedoras nas suas diversas áreas de atuação. E num segundo momento, uma interação com o Diretor de Serviços de Empreendedorismo da Agência Nacional de Empreendedorismo Juvenil, que foi convidado para apresentar os desafios, oportunidades e políticas de apoio existentes a nível do contexto nacional.

Através desse intercâmbio fortaleceu-se uma parceria entre duas das empreendedoras, nomeadamente Sunira Gomes, que atua na área da gastronomia e Satam Indjai, dona de uma empresa de prestação de serviços domésticos. Satam Indjai, também

locutora de rádio, reforçou um convite que já fazia a algum tempo a Sunira para a criação de um programa de rádio de promoção da gastronomia local e alimentação saudável. Desde então, o programa é emitido na rádio Pindjiquiti, com cobertura a nível nacional, através da rubrica *Po di Buli* e é feito semanalmente, às terças-feiras, sendo que até à data foram lançadas 29 emissões.

Ainda através deste projeto duas empreendedoras foram convidadas a participar num evento realizado em Maputo pela Kaleidoscópio, parceira de implementação do projeto a nível de Moçambique.

Durante o encontro, primeiramente as convidadas tiveram a oportunidade não só de partilhar a experiência das empreendedoras guineenses através da mesa redonda – *Economia Digital e Empredodorismo nos PALOP*, mas também testemunhar o lançamento do Laboratório Lusófono da Fundação para a Inovação da Democracia. Num segundo instante, participaram em trocas de experiências com outras mulheres dos PALOP que atuam em contextos semelhantes, apresentando os seus produ-

tos através de uma exposição e por fim discutir as primeiras ideias para a criação de uma plataforma de promoção de empreendedoras nos PALOP – chamada *Plataforma Mulheres PALOP*.

Em conclusão, o trabalho que foi feito em 2015 na Guiné-Bissau para promover a economia criativa enquanto ferramenta de apoio ao desenvolvimento sustentável está a ser reforçado pelo projeto Mulheres empreendedoras nos PALOP. Este projeto em particular permitiu, não só identificar, documentar e valorizar as práticas empreendedoras femininas, fomentando o amadurecimento da compreensão do ecossistema da economia criativa no país, mas também contribuir para identificar lacunas, potencialidades e oportunidades de fortalecimento, servindo de base para a formulação de políticas públicas inclusivas, estratégias de capacitação, programas de financiamento adaptados às realidades locais e oportunidades de networking.

Assim, o projeto respondeu a uma necessidade crítica de visibilizar, apoiar e integrar as empreendedoras guineenses do setor da economia cria-

tiva no processo de desenvolvimento sustentável e justiça de género, permitindo a sua valorização na preservação e dinamização da cultura guineense, como motor de transformação social e económica.

Banco Mundial. 2024. Guinea-Bissau Human Capital Review 2024 Washington, DC: Banco Mundial, in <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099021925152068747/pdf/P179480-30ae804b-d212-480b-b293-943a489c36a1.pdf>

Cardoso A., et al 2016. Futuros Criativos Economia e Criatividade em Cabo Verde, Guiné-Bissau e São Tomé e Príncipe

Governo da Guiné-Bissau, 2018. *Fome Zero na Guiné-Bissau: desafios para alcançar a segurança alimentar e nutricional (2018-2030)*. Bissau: Programa Alimentar Mundial das Nações Unidas (PAM). ISBN 978-989-208998

Henriques, A., Silva, C., Sá, I., Có, J. R., Sambu, M. G., Fernandes, S., Camará, S. T., Cabral, Y., & Jandi, Z. (2015). *Desafios Ora di Diritu*. Lisboa: ACEP – Associação para a Cooperação Entre os Povos. ISBN 978-989-8625-10-6.

The Global Economy.2025 “Guinea-Bissau: Female labor force participation”.

The Global Economy. 01 Agosto. https://www.theglobaleconomy.com/GuineaBissau/Labor_force_percent_female/

Trading Economics. 2025 “Guinea Bissau - Employees, Agriculture, Female Trading Economics. Agosto 01. <https://tradingeconomics.com/guineabissau/employees-agriculture-female-percent-of-female-employment-wb-data.html> ▪ UNDP.2021. International Day of Rural Women 2021.

UNDP. Agosto 01. <https://www.undp.org/guinea-bissau/news/international-day-rural-women-2021>

UNDP. 2021. Guinea-Bissau's economic revival requires the inclusion of women and youth in business activities. Julho 31. <https://www.undp.org/guineabissau/news/guinea-bissaus-economic-revival-requires-inclusion-women-and-youthbusiness-activities>

**“Comecei por fazer um desfile
com peças feitas com tecidos
que eu encontrava aqui no
mercado e correu bem”**

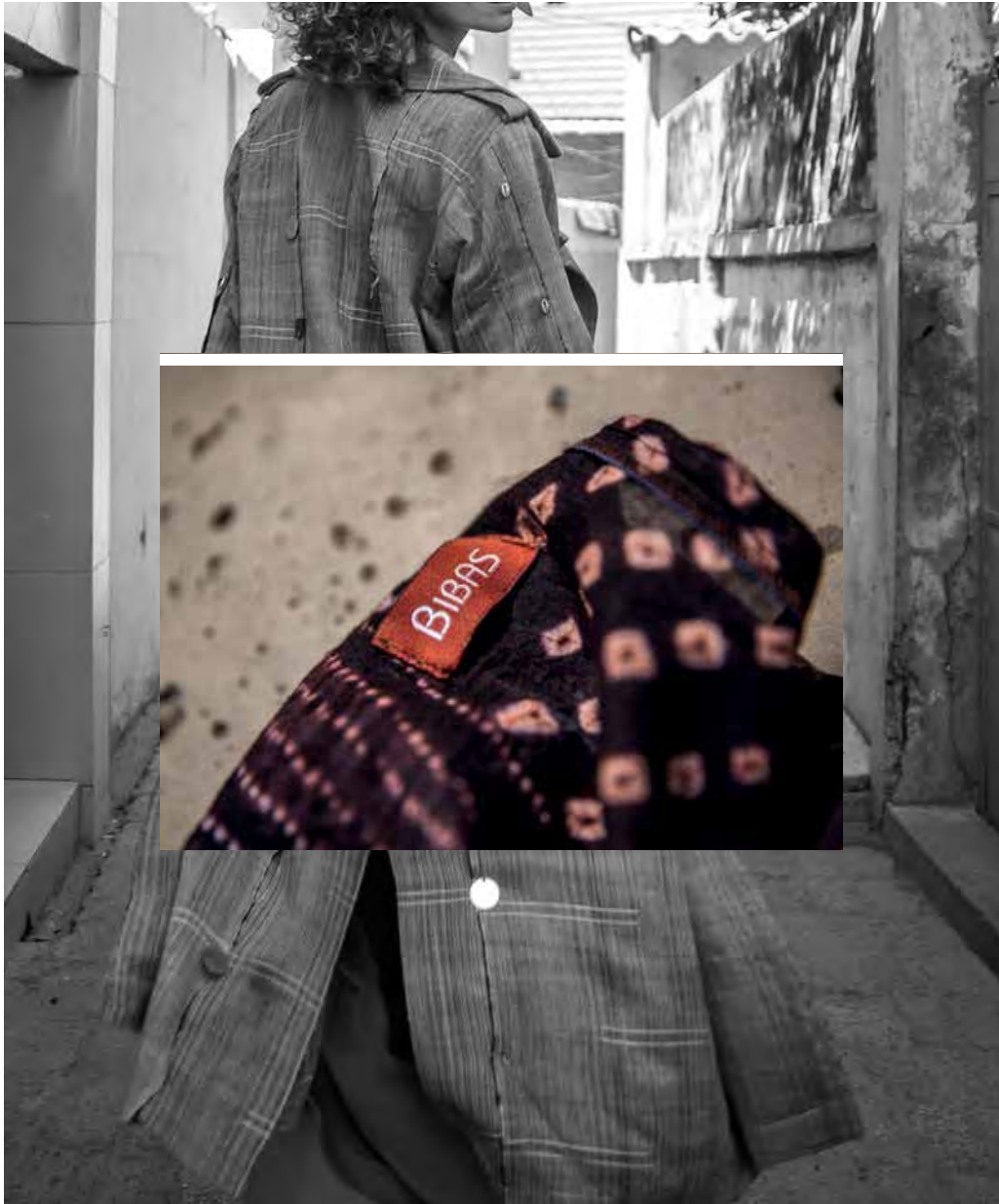
Conceição Barbosa

Bibas, Bissau

Conceição Barbosa – Bibas iniciou a sua atividade em 1989, produzindo peças com base em tecidos africanos com arranjos de materiais orgânicos, como algodão, pano de penti (tradicional guineense) e tintura feita com recursos a produtos naturais. A sua empresa conta com 25 manequins, 5 alfaiates e 2 funcionários de loja. Tem trabalhado em projetos de transferência de conhecimento principalmente para mulheres jovens num país onde são sobretudo homens a fazer a costura. *“Comecei por fazer um desfile com peças feitas com tecidos que eu encontrava aqui no mercado e correu bem, as pessoas gostaram principalmente do evento é uma batalha que eu já estou aqui há 30 anos a fazer”*. A marca Bibas neste momento, quando é para preparar um desfile, trabalha com uma equipa que chega a ter 45 pessoas. Ao longo dos anos Conceição Barbosa já formou pessoas que continuaram nessa área e que hoje são famosas na

área da moda, da joalharia e da decoração de interiores. Está convencida que é preciso apostar sempre na qualidade, nos detalhes e em bons acabamentos para poder alargar o mercado.





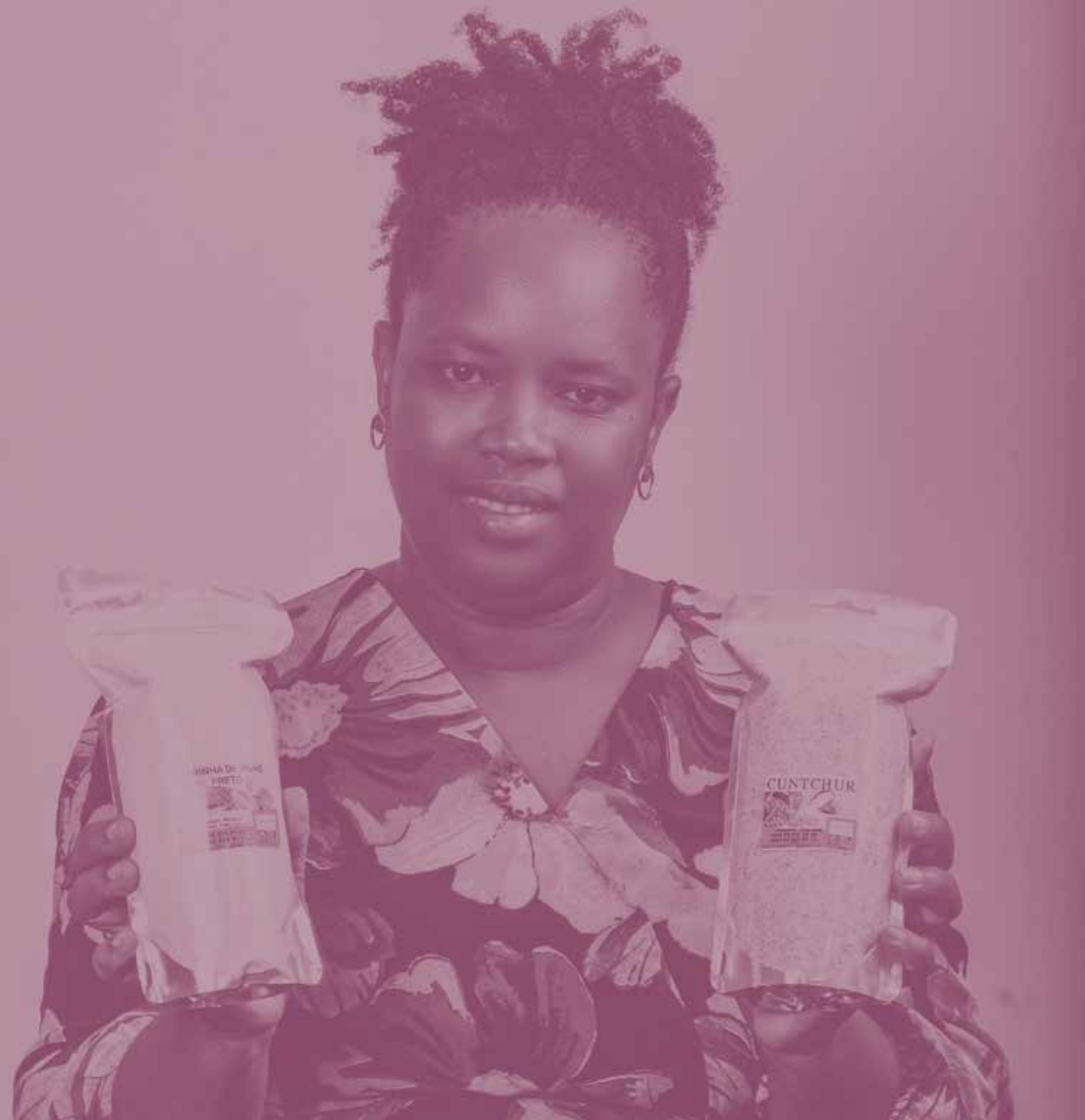
“Estamos aqui para ajudar e não apenas procurar lucro como também para promover o produto local e preparar jovens”

Dalanda Só

Damaia, região do Oio

Dalanda Só tem a sua marca, a Damaia, uma cooperativa criada em 2013 na região do Oio. Faz processamento de papa, cuntchur, produção de cremes e sabão com ervas medicinais, bolachas de cajú, inhame, batata, pasteurização de legumes e conservas e presta serviços de restauração e de maquinaria. Tem 6 funcionários, e a cada quinze dias recebe 12 estagiários de agronegócio vindos de escolas de formação. Vende os seus produtos em Bambadinca, Safim e Bissau. Por além da área da alimentação, a Damaia produz sabão medicinal à base de óleo de sementes de Chabéu com diferentes plantas, moringa, Nim conhecido por acácia, folha de papaia, goiaba, uma parte de babosa e folha de limão que tem muito sucesso para quem tem problemas de pele. A cooperativa dá formação para quem quer aprender as técnicas de transformação dos produtos locais e quer criar uma própria forma de rendimento. “*Estamos aqui*

para ajudar e não apenas procurar lucro como também para promover o produto local e preparar jovens para que possam ganhar os seus rendimentos no futuro, trabalhando para si próprios sem depender dos outros”. Existe uma pequena rede de vendedores que levam os produtos da cooperativa e os vendem na região e fora. O lucro muitas vezes é utilizado para ajudar a financiar os estudos.





**“a colaboração entre as mulheres
pode dar mais força e ânimo
às mulheres a fim de poderem
empoderar-se e darem
os seus contributos no
desenvolvimento do país”**

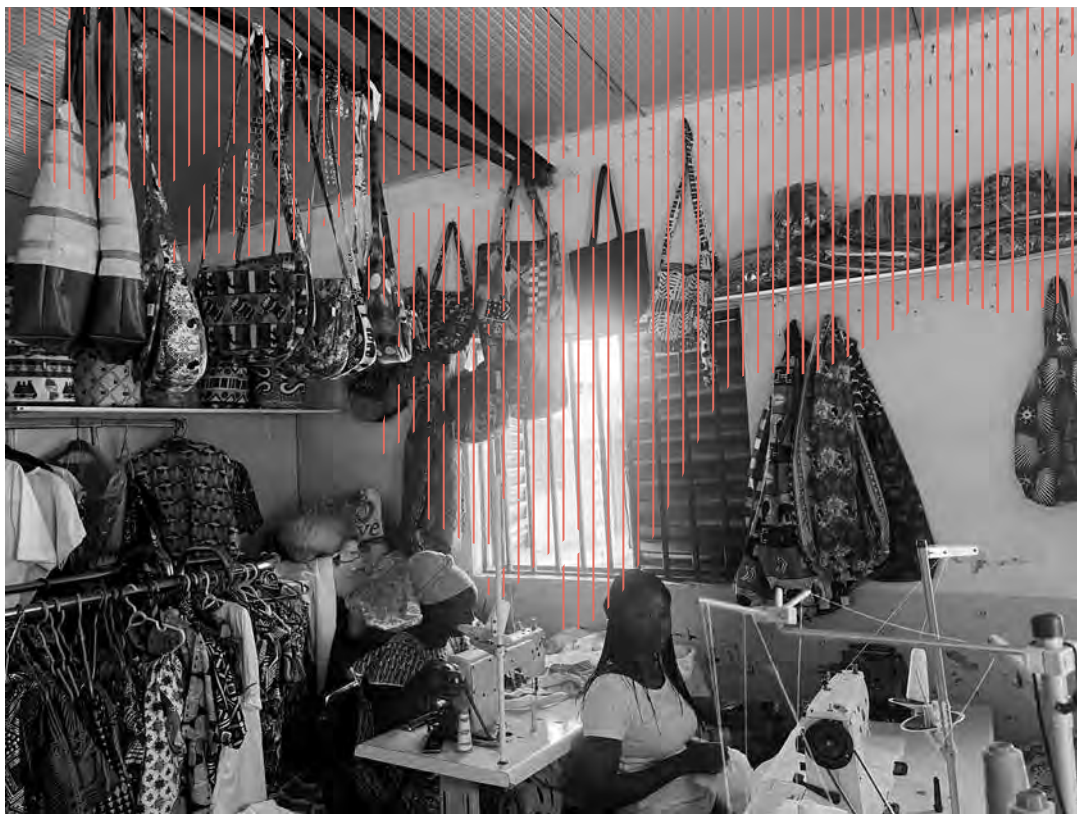
Ivone Gomes

Bontche, Bissau

Ivone Gomes criou em Bissau a cooperativa Bontche em 2018, e trabalha na produção de roupas e acessórios. Integrando 30 associadas, actuando na promoção da integração e do empoderamento das mulheres e do desenvolvimento económico através da formação em costura, tecelagem tradicional, tinturaria e croché. A cooperativa não possui um espaço destinado exclusivamente para a venda, sendo que o lugar onde se realizam os trabalhos de costura funciona também como loja. Todos os produtos são confeccionados com tecidos tradicionais guineenses e africanos muitas vezes realizados na tintória da cooperativa. Paralelamente a Bontche faz e ensina a fazer transformação e conservação das frutas e legumes. Dispõe de uma escola infantil que funciona de manhã e uma outra onde se faz alfabetização para adultos da parte da tarde. A maioria das vendas são por encomenda e as receitas obtidas são partilhadas mensalmente como

um incentivo. Bontche significa bonito em balanta, explica Ivone Gomes, convencida que *“a colaboração entre as mulheres pode dar mais força e ânimo às mulheres a fim de poderem empoderar-se e darem os seus contributos no desenvolvimento do país”*.





“Trata-se de um portal de empregos onde pessoas que estão à procura de trabalho podem consultar as oportunidades disponíveis na Guiné-Bissau”.

Janna Barbosa

BueloJobs, Bissau

Janna Barbosa é fundadora e CEO da startup chamada BueloJobs, que é uma plataforma digital que conecta talentos profissionais com oportunidades de emprego na Guiné-Bissau. Trata-se de um portal de empregos onde pessoas que estão à procura de trabalho podem consultar as oportunidades disponíveis na Guiné-Bissau. Conta com um website, páginas no Facebook, LinkedIn, um canal no Telegram e também um grupo no WhatsApp onde são divulgadas essas oportunidades. A ideia é fornecer um serviço a quem procura emprego, permitindo de candidatar-se a um maior número de ofertas, mas também ajuda as empresas que, através da plataforma, durante os processos de recrutamento, conseguem ter acesso a um maior número de talentos profissionais conseguindo seleccionar de forma mais ágil o melhor candidato para integrar a própria equipa. Na BueloJobs encontram-se anúncios de e para qualquer área. Na plataforma

existe também um blog que tem como objectivo partilhar dicas e notícias sobre o mercado de trabalho, a carreira profissional e o empreendedorismo, propondo também oportunidades de formação fora e dentro do país.





**“as mulheres da nossa associação
são corajosas, apesar da falta
de compensação financeira”**

Quinta Tomás da Cunha

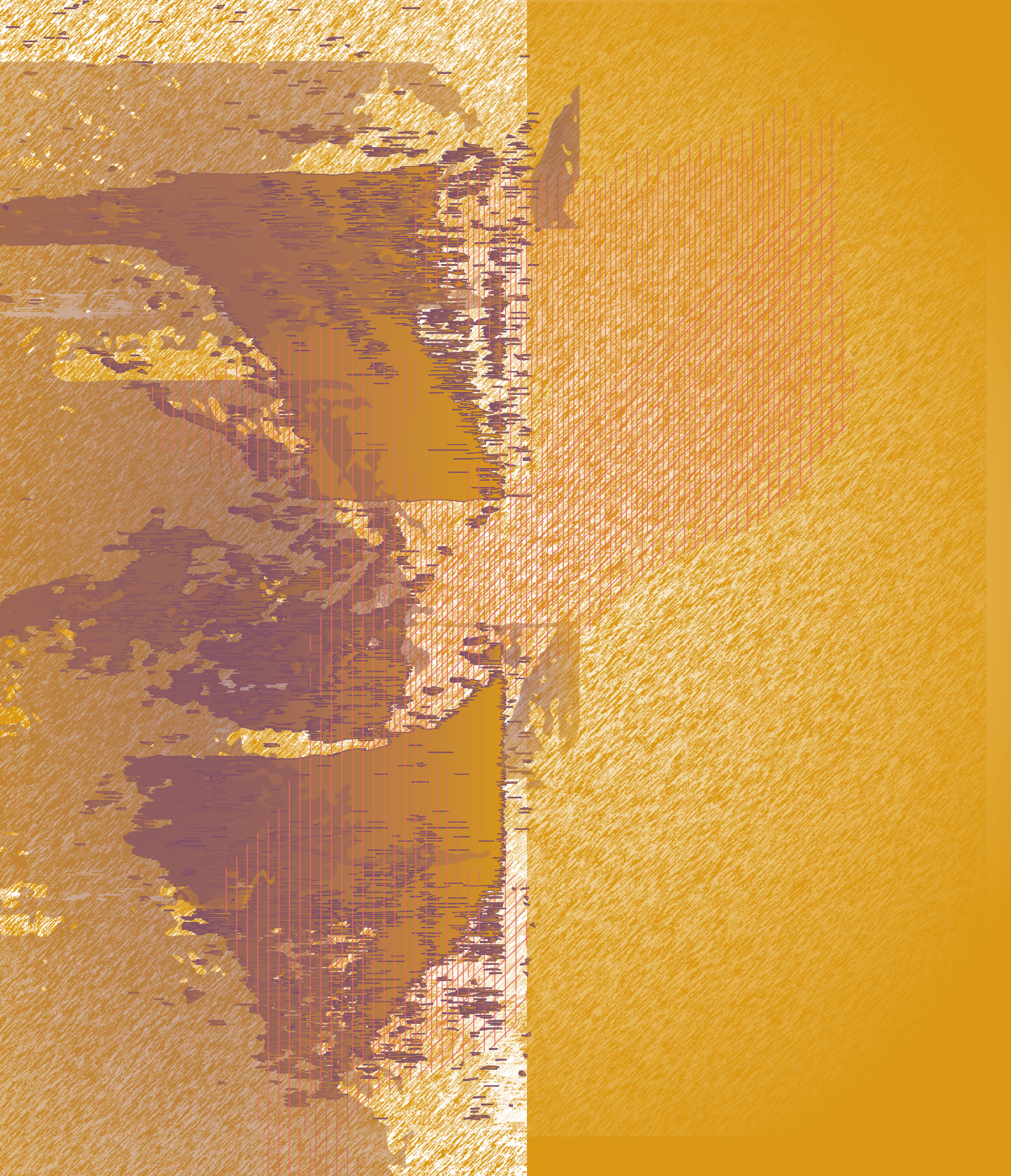
Kabongha-Sabura, Bolama

Quinta Tomás da Cunha é a diretora executiva da Associação Kabongha-Sabura de Bolama. Kabongha em balanta quer dizer “coisa grande”. A cooperativa faz transformação de foly, mandiple, manga, cajú em sumo, compota e néctar. Fazem também da conservação de legumes e o processamento de inhame, mandioca, batata em farinha. A Kabongha-Sabura de Bolama iniciou a trabalhar em 2022, conta com um total de 44 pessoas (38 mulheres e 7 homens). Ainda não possui uma sede própria, realizando a sua produção na sede da ONG Pró-Bolama. A venda é realizada na Pró-Bolama assim como por encomenda em outras lojas tanto em Bolama como em Bissau ou ainda durante as festas e feiras agrícolas. Quinta Tomás da Cunha frisa que todas vendas são o resultado de um esforço coletivo: cada membro procura os produtos e os leva para o local de fabrico, onde são pesados para serem depois distribuídos. O maior desafio hoje é a adqusi-

ção de maquinaria especializada. Em alternativa recorre-se ao trabalho manual que, porém, é mais lento tornando demorada a possível abertura para um mercado mais vasto. Quinta Tomás da Cunha defende: *“as mulheres da nossa associação são corajosas, apesar da falta de compensação financeira”*. As receitas das vendas são utilizadas para comprar produtos adicionais, que são depois utilizados na produção de novos artigos.







Moçambique

Contextualização do mapeamento de mulheres na economia criativa em Moçambique

Kerley Enoque Alexandre

Introdução

Hodiernamente, surgem e afirmam-se novos segmentos de negócio em Moçambique e no mundo, percebe-se evidentemente que o ambiente de mercado atual é resultado de um processo profundo de mudanças, denominado globalmente como *virada cultural*¹, surge da combinação de dois fenómenos simultâneos: a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas.

Neste novo ambiente mercadológico, é marcado por uma multiplicidade de negócios, baseados em recursos intangíveis como intelectualidade, criatividade, cultura, talento, experiência,

conhecimento e inovação. Estes recursos configuram-se como meios de produção e matéria-prima utilizada para desenvolver modelos de negócio dentro da economia criativa, diferentes das indústrias tradicionais, com igual potencial de gerar valor económico e emprego, enquanto promovem a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

A economia criativa tem vindo a afirmar-se, nos últimos anos, como um eixo estratégico para a promoção de desenvolvimento e inclusão social e económica nos países em desenvolvimento. Em Moçambique, este setor revela-se particularmente promissor pela sua capacidade de capitalizar os recursos culturais locais, as expressões artísticas diversas e os saberes tradicionais, transformando-os em bens e serviços com valor económico, social e simbólico.

O mapeamento realizado teve como principal objetivo identificar, documentar e divulgar experiências lideradas por mulheres na economia criativa, contribuindo para o seu reconhecimento e valorização. Foram

realizadas entrevistas, visitas de campo e recolha de dados qualitativos, em vídeo e fotográficos, resultando num conjunto de fichas que integram este livro-catálogo.

Panorama geral da Economia Criativa em Moçambique

Desde a independência, o Estado moçambicano tem procurado estruturar o sector cultural e criativo, com avanços significativos nas últimas duas décadas. Destacam-se a criação de marcos legais como o Plano Estratégico da Cultura (2012–2022), a criação do Ministério da Cultura e Turismo (2015), a Política das Indústrias Culturais e Criativas (2016)², e a fundação do Instituto Nacional das Indústrias Culturais e Criativas (INICC) em 2019, como uma entidade reguladora do sector das indústrias culturais e criativas. Estes instrumentos e instituições inserem-se no reconhecimento do sector como estratégico para o desenvolvimento económico e social do país.

De acordo com a legislação moçambicana, as indústrias culturais com-

preendem os serviços de património, edição e impressão, televisão e rádio, e estúdios de gravação, enquanto que as indústrias criativas, aquelas que integram o cinema, vídeo game, museus, galerias, livraria, e fotografia. Adicionalmente, enquandram-se os conceitos de expressões culturais que incluem literatura, música, artes performativas, artes visuais, festivais e gastronomia. E por fim as criações funcionais: aquelas que abarcam arquitectura, *design*, moda e publicidade.

Em Moçambique, estes sectores são compostos maioritariamente por pequenas iniciativas informais, muitas vezes femininas, que apesar da formulação de políticas pelos decisores públicos, operam em condições de escassa proteção legal e sem acesso sistemático a mercados, crédito ou formação especializada.

Contudo, do ponto de vista da equidade de género, as políticas públicas ainda carecem de mecanismos específicos que respondam às desigualdades históricas vividas pelas mulheres. As iniciativas existentes tendem a ser univ ersais e neutras do ponto de vista de

género, sem contemplar acções afirmativas ou dispositivos de monitoramento da participação feminina. A ausência de linhas de crédito dedicadas, programas de mentoria, formação com recorte de género ou quotas em concursos públicos revela um défice importante na transversalização do género nas políticas para a economia criativa.

Não obstante, as mulheres empreendedoras revelam um dinamismo notável, evidenciando que as mulheres criativas moçambicanas são protagonistas do seu próprio desenvolvimento, produtoras de cultura e inovação, e construtoras de futuros possíveis. Impulsionadas pela criatividade, ligação às comunidades, ancestralidade e pelo empreendedorismo de base local, com destaque no artesanato, na produção de produtos naturais, tradução e edição de livros e outras proeminentes em outros segmentos, criando desde *tech start-ups* com serviços inovadores capazes de ressover um problema real da sociedade, tendo como base a tecnologia.

As mulheres representam uma força vital na economia criativa moçambi-

cana. Lideram projectos em áreas como o artesanato, a gastronomia, a moda e a produção cultural comunitária, muitas vezes articulando saberes tradicionais com práticas contemporâneas. Apesar de sua relevância, muitas permanecem invisíveis nas estatísticas oficiais, nas redes de apoio institucional e nos circuitos de decisão.

Ao longo do projecto, foram documentadas experiências que revelam inovação, sustentabilidade, protagonismo e forte conexão com as comunidades. As mulheres entrevistadas demonstraram não apenas talento e capacidade empreendedora, mas também um compromisso com a transformação social dos seus territórios.

Características, desafios, impacto e passos seguintes

Empreender, para muitas mulheres moçambicanas, é mais do que uma escolha económica, é um gesto de afirmação, resistência e transformação. No entanto, esse caminho é marcado por múltiplos desafios que se entrelaçam e, muitas vezes, dificultam a sus-

tentabilidade e o crescimento dos seus negócios.

Uma característica importante a ressaltar é a infraestrutura de operação das iniciativas mapeadas revela uma predominância de empreendimentos com espaço físico próprio. A maioria das empreendedoras dispõe de lojas, ateliers ou espaços de atendimento, o que demonstra um certo grau de estabilidade e formalização dos seus negócios.

No entanto, uma parte significativa das iniciativas apresenta modelos de operação mais flexíveis e descentralizados. Algumas funcionam integralmente no formato digital, com presença em redes sociais ou plataformas de comércio eletrónico e serviço de entregas como principal canal de distribuição. Essa modalidade demonstra adaptabilidade ao contexto atual e à crescente digitalização do consumo, sendo também uma solução viável para empreendedoras que não têm recursos ou condições para manter um espaço físico.

Em suma, os dados indicam uma diversidade de modelos de operação, do físico ao digital, do centralizado ao

descentralizado, refletindo tanto os diferentes estágios de maturidade dos negócios quanto a capacidade das empreendedoras de adaptarem-se às suas realidades e aos desafios do ecossistema criativo em Moçambique.

Em relação aos desafios associados ao empreendedorismo neste sector, as entrevistadas destacam que um dos principais obstáculos está relacionado à percepção de valor dos produtos e serviços oferecidos. Frequentemente, o que é local, artesanal ou natural é desvalorizado frente ao que vem de fora, sendo considerado menos eficaz ou sofisticado. Essa realidade obriga as empreendedoras a um esforço constante de sensibilização do consumidor e de construção de credibilidade. Adicionalmente, artistas referem que o reconhecimento vem primeiro de fora, o que evidencia uma contradição dolorosa: a arte local é celebrada internacionalmente, mas invisibilizada no mercado nacional.

A falta de infraestrutura técnica e humana também limita o desenvolvimento dos negócios. Relatam que há escassez de profissionais qualificados,

seja na produção têxtil, na tradução para línguas locais ou em áreas mais técnicas e tecnológicas. A ausência de formação adequada compromete a qualidade final dos produtos e serviços, e obriga muitas mulheres a investirem em capacitações longas e caras para suas equipas, quando possível.

O mapeamento aponta para específicos como reduzidas facilidades para receber pagamentos de vendas online como a Amazon em Moçambique, o que gera desafios devido a limitações bancárias e operacionais, envolvendo altas taxas de conversão de moedas e burocracia. Ademais, destaca-se, para produtos naturais e locais, barreiras na certificação de produtos e aquisição de selos de importação e exportação.

Além disso, a sustentabilidade financeira permanece como uma das maiores barreiras. Muitos negócios enfrentam dificuldades para cobrir custos operacionais ou simplesmente manter um espaço físico de funcionamento. A ausência de linhas de financiamento acessíveis, a dependência de doações ou o alto custo de produção dificultam a expansão e a inovação.

A análise dos dados sobre apoio e financiamento das iniciativas mapeadas revela uma forte predominância do *bootstrapping*, ou seja, o autofinanciamento sem recurso a apoios externos. Esta estratégia foi mencionada por cerca de 75% das empreendedoras, o que indica uma clara dependência de recursos próprios para operar e sustentar os seus negócios. Tal cenário evidencia a determinação das mulheres empreendedoras, mas também denuncia as limitações estruturais que enfrentam para crescer e inovar, especialmente quando não têm acesso a instrumentos financeiros formais, como crédito bancário, capital de risco ou subvenções públicas.

Embora de forma muito pontual, algumas empreendedoras indicaram ter recorrido a formas alternativas de financiamento, como o crowdfunding (investimento coletivo) e a rede dos chamados 3Fs (*Family, Friends and Fools*), o que demonstra alguma abertura para modelos colaborativos de mobilização de recursos. Ainda assim, estas alternativas continuam a representar uma minoria dos casos, o que reforça

a necessidade de maior estruturação e divulgação destas oportunidades no ecossistema.

A participação em programas de aceleração ou incubação foi mencionada por apenas duas iniciativas. Esse número reduzido mostra que poucas empreendedoras criativas têm conseguido acesso a redes estruturadas de mentoria, capacitação e apoio institucional. Isto pode estar relacionado com o reduzido número de programas específicos para o sector criativo.

Da mesma forma, apenas uma iniciativa reportou ter recebido uma subvenção (*grant*) e outra referiu ter sido beneficiada por um prémio ou concurso. Estes dados apontam para o baixo acesso a mecanismos de financiamento não-reembolsável, seja por desconhecimento, falta de competências técnicas para candidatura ou pela própria invisibilidade dos sectores criativos nas prioridades dos financiadores.

Em síntese, os dados demonstram que a maioria das iniciativas criativas lideradas por mulheres em Moçambique são construídas e mantidas com

base em esforço próprio, e que ainda existe um percurso considerável a ser percorrido no sentido de garantir condições mais favoráveis de acesso ao financiamento. Torna-se urgente a criação de mecanismos acessíveis, inclusivos e adaptados à realidade das empreendedoras da economia criativa, de forma a permitir não apenas a sobrevivência, mas também o florescimento das suas ideias e negócios.

Relativamente ao impacto, ao mesmo tempo que enfrentam desafios e obstáculos, as mulheres revelam estratégias criativas de resistência, apoio mútuo e reinvenção, que são fonte de inspiração para outras mulheres e para replicação de modelos de negócio.

As iniciativas empreendedoras analisadas têm gerado mudanças significativas na vida de indivíduos, por meio da inclusão cultural, do acesso à educação artística, da valorização da estética e identidade africana, ou da oferta de produtos e serviços adaptados às realidades locais, essas ações promovem bem-estar, autoestima e novas perspectivas de vida. Os relatos indicam melhorias concretas na qua-

lidade de vida de pessoas amputadas, mulheres que enfrentam a perda de cabelo, crianças com necessidades especiais e comunidades antes marginalizadas do acesso à leitura, arte ou tecnologias inovadoras.

Várias iniciativas têm desempenhado um papel crucial na preservação de práticas culturais, saberes tradicionais e expressões artísticas locais. Ao utilizar materiais locais, técnicas ancestrais ou criar conteúdos inspirados em histórias moçambicanas, estas empreendedoras ajudam a fortalecer a identidade nacional e a promover o orgulho cultural, tanto internamente quanto além-fronteiras. O impacto estende-se também à esfera simbólica, com a valorização do cabelo natural, do uso da capulana, da dança tradicional, da literatura local, da arte visual moçambicana e do design têxtil africano.

O impacto ambiental positivo é notável, muitas iniciativas demonstram um compromisso real com práticas ecológicas e de sustentabilidade, como a reutilização de materiais reciclados, a substituição de plásticos por fibras naturais, a transformação de resíduos

em objetos úteis e a oferta de produtos sustentáveis. Isso não só reduz a pegada ecológica, como também inspira comportamentos mais conscientes entre consumidores e outros empreendedores, contribuindo para a construção de uma economia circular e responsável.

Com o desenvolvimento de iniciativas na indústria criativa, há um impacto económico direto, com a criação de empregos formais e informais, o acesso a mercados locais e internacionais, e a valorização de cadeias produtivas locais. Muitos negócios e iniciativas passaram a integrar redes mais amplas, vendendo produtos para empresas, hospitais, consumidores individuais ou exportando para outros países. Esse dinamismo contribui para a dinamização da economia criativa e a autonomia financeira das mulheres envolvidas.

1 BENDASSOLI, P., WOOD JR, T., KIRSCHBAUM, C., PINA E CUNHA, M. *Indústrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades*. São Paulo, v. 49 , n.1, p. 10-18, jan./mar. 2009.

2 “estabelecendo equilíbrio entre os interesses económicos, sociais, culturais e ambientais e garantir a contribuição da política das indústrias culturais e criativas no crescimento económico, através do fomento de emprego e geração de renda”.

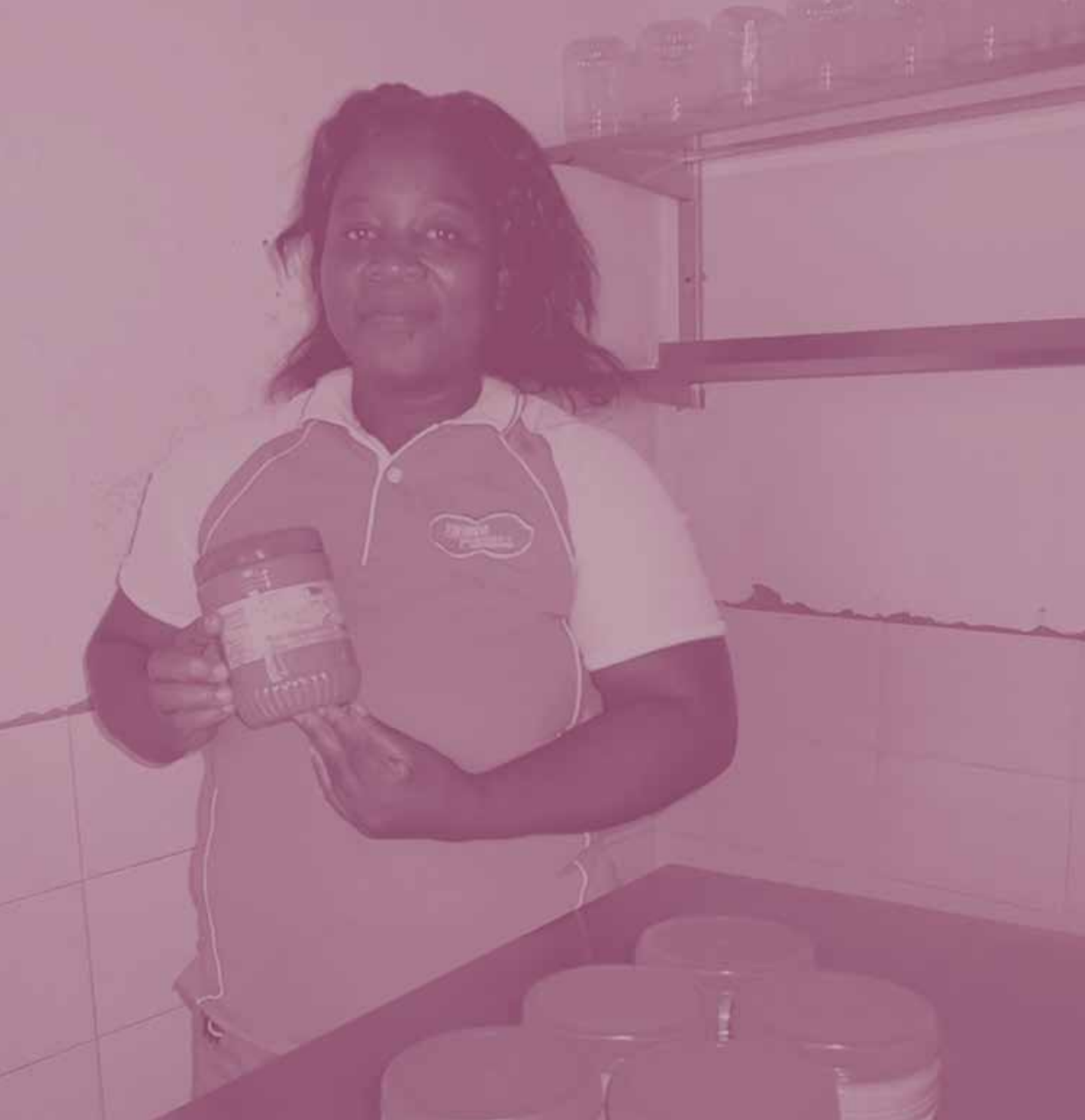
**“apaixonada por gastronomia local,
motivada pelas brincadeiras locais da
sua infância, época na qual já gostava
de preparar comida”**

Josina Sitole Muchanga

Xikhaba, Machava

Xikhaba é um projecto criado em 2010 na Machava por Josina Sitole Muchanga, apaixonada por gastronomia local, motivada pelas brincadeiras locais da sua infância, época na qual já gostava de preparar comida. A Xikhaba produz manteiga e biscoitos de amendoim, com larga venda nacional (em vários supermercados) e operando internacionalmente, sobretudo nos países limítrofes. A iniciativa nasce em decorrência da perda de meios de subsistência pelo marido, Octávio Muchanga, vítima de um acidente de trabalho na África do Sul. O casal, procurando formas alternativas de rendimento, decidiu investir a indemnização do Octávio, para criar uma pequena produção com base no amendoim. No início tudo era feito utilizando meios existentes e rudimentares, numa combinação entre os dotes culinários da Josina e da experiência em serralharia de seu marido. Torrava-se o amendoim a mão e a produção era lenta. Tempos

depois, a Xikhaba recebeu o apoio de uma ONG americana, que ajudou na aquisição de máquinas de trabalho e de treinamento em estratégia de produção e vendas para o crescimento da iniciativa. A Xikhaba é gerida por Josina Sitole Muchanga e a sua família e conta com vários promotores que ajudam a colocar a produção no mercado.





“MãeBizz nasceu “para atender às necessidades de quem lida com uma rotina sobrecarregada e busca ferramentas simples, mas eficazes, para equilibrar as responsabilidades pessoais e empresariais”

Kátia Patricília

MãeBiz

MãeBiz é um aplicativo pensado em 2023 por Kátia Patricília e desenvolvido pela sua equipa. Trata-se de uma ferramenta digital para apoiar e equilibrar a gestão do trabalho, maternidade e negócios, desde orçamentos, controle de transações, documentos, fornecedores e clientes. Um sistema de apoio criado para mulheres, mães, empreendedoras e trabalhadoras, que procuram alcançar maior produtividade, enquanto mantêm o balanço entre vida profissional e pessoal. O MãeBiz combina inovação e praticidade, tornando-se uma plataforma essencial para facilitar o dia-a-dia deste público e foi desenvolvido *“para atender às necessidades de quem lida com uma rotina sobrecarregada e busca ferramentas simples, mas eficazes, para equilibrar as responsabilidades pessoais e empresariais”*, destacaram os responsáveis pelo projecto. A plataforma concentra-se em três eixos: a gestão pessoal e familiar através de ferramentas que ajudam

na organização e no planeamento das tarefas diárias, a criação de uma base de informações úteis e a facilidade de uso, tudo muito intuitivo para melhor promover produtividade e eficiência.



“a Biomec é um estúdio de design e construção de próteses sustentáveis de alta ponta, especializado na reutilização e transformação de resíduos plásticos coletados no mar”

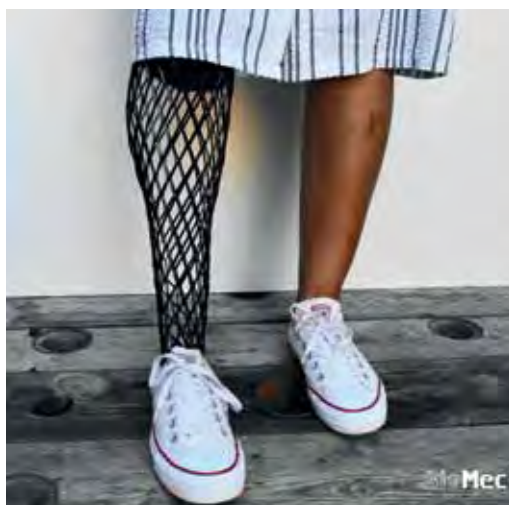
Marta Uetela

BioMec, Maputo

Marta Uetela é designer industrial e cofundadora da BioMec, uma start-up que surge em 2019, em decorrência de um acidente de viação de um amigo próximo. A Marta realizou assim uma perna artificial a partir dos resíduos plásticos de seis garrafas coletadas no mar. Hoje a Biomec é um estúdio de design e construção de próteses sustentáveis de alta ponta, especializado na reutilização e transformação de resíduos plásticos coletados no mar, com o objetivo de ajudar a “*experiençar a vida sem limitações*”. O processo de produção das próteses é de 24h comparado com uma semana (no mínimo) dos processos convencionais. A empresa trabalha em parceria com hospitais públicos e privados, e com outras empresas que pagam royalties pelo uso e replicação do processo. Recentemente, foi desenvolvida uma nova pesquisa com o objetivo de substituir o gesso tradicional por talas ortopédicas realizadas a partir de garrafas PET

coletadas na praia que são processadas e transformadas em um material leve, resistente e moldável, melhorando assim a experiência do paciente durante o período de recuperação. A Biomec aposta na inovação e na sustentabilidade, convencida que elas podem mesclar para oferecer soluções eficazes em diferentes áreas, como a saúde e a proteção ambiental.





“a moda é um importante fator de identidade e que pode jogar um papel decisivo na valorização e na aceitação do que somos”

Micaela d'Avó

Walissima, Maputo

Walissima nasce como estúdio de confecção de perucas de cabelo afro e, mais recentemente, está a abrir-se para a produção de acessórios e roupas de inspiração local. O termo walissima significa mulher de valores e virtudes em changana, uma das línguas nacionais de Moçambique. O projecto foi pensado para promover e resgatar a identidade africana “*celebrando as qualidades das mulheres dos tempos passados para empoderar as mulheres dos tempos presentes*”, declara a empresária Micaela d'Avó, que se define como empreendedora cultural e criativa e ativista. Ela é a cara da Walissima e acredita que a moda é um importante fator de identidade e que pode jogar um papel decisivo na valorização e na aceitação do que somos, em conexão com as nossas raízes culturais. Actualmente a Walissima colabora com outras empresas do sector, tendo como o objetivo o fortalecimento do sector da moda a nível nacional. O projecto faz

parte de redes identitárias, tendo como um dos seus objetivos, a valorização do património histórico e cultural nacional, recorrendo também à utilização de produtos locais.





**selecionar materiais que sejam
ambientalmente sustentáveis,
biodegradáveis e reciclados,
garantindo assim “que cada compra
seja um passo em direção a um
futuro mais verde”**

Silsa Loforte

Bambuh, Maputo

Silsa Loforte decidiu fundar a Bambuh partindo da necessidade selecionar materiais que sejam ambientalmente sustentáveis, biodegradáveis e reciclados, garantindo assim “*que cada compra seja um passo em direção a um futuro mais verde*”.

A Bambuh segue um conceito de produtividade alternativa que tem como foco a preservação do meio-ambiente. A empresa cria todo o tipo de artigo: óculos, relógios, talheres de bambu, bolsas de cortiça reciclada, produtos verdadeiramente especiais que priorizam materiais biodegradáveis, reciclados e de origem sustentável. Um dos maiores obstáculos enfrentados por Silsa Loforte e a sua equipa é a construir passo a passo a consciencialização do público sobre a importância de adoptar práticas sustentáveis. Os fornecedores da Bambuh são empresas locais e internacionais que compartilham uma visão sustentável ao meio-ambiente, tentando fornece-

dores locais, contribuindo assim para o desenvolvimento económico e social das comunidades ao redor. A Bambuh, dedica-se também a educar e sensibilizar os clientes através de palestras, campanhas de consciencialização também através das redes sociais.







outras experiências



Angola

Sou a chefe de mim própria, não tenho medo¹

Daniela Vieitas

Empreendedorismo é uma palavra que, de nova, passou rapidamente a muito usada. Podemos encontrar, em Angola, muitos cursos de Empreendedorismo (é até disciplina em alguns colégios), que tentam contribuir para o aparecimento de novos negócios, baseados em análise das oportunidades, assumindo riscos e inovando.

Dentro do vasto mundo do Empreendedorismo, neste pequeno artigo destacamos o Empreendedorismo Feminino, ou seja, as ideias de negócios implementadas e lideradas por mulheres.

Será que se pode distinguir um Empreendedorismo Feminino?

O empreendedorismo liderado por mulheres diferencia-se daquele liderado por homens em vários aspetos. Primeiro, os motivos que impulsionam as mulheres a empreender estão, muitas vezes, ligados à necessidade (por exemplo, sustentar a família) ou a um desejo de equilíbrio entre vida profissional e pessoal. Enquanto muitos homens empreendem com objetivos de crescimento exponencial (de escala e de lucro) ou motivados pela ideia de sucesso, muitas mulheres optam por modelos de negócio sustentáveis, com forte ligação ao impacto social.

Claro que há exceções, mas de forma geral podemos dizer que os negócios implementados por mulheres são motivados por relações de cuidado (prover o essencial para os filhos, encontrar equilíbrio entre vida profissional e familiar) e, na maioria das vezes, pensados de forma a entrelaçar a obtenção de rendimento com preocupações sociais e/ou comunitárias.

O Empreendedorismo Feminino tem impacto económico?

Sim, e muito! o empreendedorismo feminino tem crescido nas últimas décadas, transformando-se numa força catalisadora para o desenvolvimento económico, social e cultural. É um movimento que desafia estruturas tradicionais, amplia oportunidades e redefine o papel da mulher na economia global. Ainda que mulheres empreendedoras enfrentem obstáculos significativos, continuam a mostrar resiliência e inovação ao liderar negócios com impacto profundo nas suas comunidades.

Em todo o mundo, mulheres têm criado empresas que vão desde empresas tecnológicas a negócios sociais, passando por negócios familiares e projetos sustentáveis. Dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indicam que em muitos países, especialmente em economias emergentes, as taxas de empreendedorismo de mulheres estão a aproximar-se das dos homens. Além disso, estudos mostram que empresas fundadas por mulheres

tendem a reinvestir mais lucros nas suas comunidades, promover igualdade de género e adotar práticas de gestão mais inclusivas.

As lideranças femininas costumam adotar estilos de gestão mais colaborativos e empáticos, promovendo culturas organizacionais baseadas em valores de inclusão, diversidade e responsabilidade social. As mulheres também tendem a ter maior presença em setores como saúde, educação, artesanato e alimentação, frequentemente subvalorizados pelo mercado tradicional, mas de grande importância para o bem-estar social.

Apesar dos avanços, o empreendedorismo por mulheres ainda enfrenta barreiras estruturais, como o limitado acesso a financiamento (tanto de linhas de financiamento específicas como na obtenção de crédito geral), redes de apoio mais frágeis e dependentes das próprias, jornada dupla de trabalho e normas sociais que limitam o papel da mulher.

Mulheres Empreendedoras em Angola

Em Angola, o empreendedorismo feminino tem um papel particularmente relevante, já que grande parte dos negócios são liderados por mulheres, especialmente na economia informal, mesmo que haja dificuldade geral em reconhecer que uma mulher zungueira² é uma mulher dona do seu próprio negócio. Muitas vezes, o empreendedorismo é a única via de acesso a rendimento próprio, num contexto em que o emprego formal é escasso, especialmente para mulheres.

Segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), uma proporção significativa das mulheres angolanas economicamente ativas está envolvida no setor informal. Estima-se que mais de 60% das mulheres em zonas urbanas estão envolvidas em algum tipo de atividade económica informal, muitas vezes como vendedoras em mercados locais ou pequenas comerciantes.

As empreendedoras angolanas en-

frentam obstáculos agravados pela desigualdade de género, acesso limitado a financiamento formal, fraca proteção legal e falta de formação técnica. Em zonas rurais, questões como o analfabetismo, normas patriarcais que dificultam ou mesmo impendem o acesso à terra³, falta de documentos pessoais e a sobrecarga do trabalho doméstico dificultam ainda mais a sua autonomia económica.

E se é verdade que as mulheres empreendedoras são motivadas pela necessidade, também não lhes falta inovação e espírito de liderança. Perante uma realidade adversa no acesso ao emprego formal, ativando os seus conhecimentos (formais ou informais), saberes familiares e conhecimento profundo da comunidade, lançam negócios caracterizados pela sustentabilidade e forte componente comunitária, promovendo educação, saúde e igualdade de género.

Os impactos positivos são inegáveis. Apesar de a maioria das mulheres empreendedoras estar no sector informal, existem muitos outros exemplos de mulheres que implementaram e li-

deram negócios em áreas como marketing e publicidade, agricultura sustentável, artesanato, educação, artes visuais, alimentação saudável, cultura e laser, acesso a água potável, estética e moda, contribuindo diretamente para garantir a sua independência financeira, suprir necessidades da comunidade, melhorar a vida das pessoas que contactam com o seu negócio e ainda contribuir para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)⁴.

Observamos também uma forte presença de mulheres nas chamadas indústrias criativas, colmatando uma necessidade dos mercados emergentes e dando respostas que compreendem muito melhor as necessidades das mulheres e das mulheres que são mães.

Ainda há espaço para mais Mulheres Empreendedoras?

Sem dúvida que sim e o mundo precisa desses negócios.

Para que o empreendedorismo feminino atinja todo o seu potencial transformador, é essencial remover as barreiras estruturais que ainda limitam a participação plena das mulheres. Isso inclui políticas públicas que facilitem o acesso ao crédito, incentivem a educação financeira e tecnológica, promovam a conciliação entre vida familiar e profissional, e combatam o preconceito de género.

Também é necessário um esforço cultural e institucional para reconhecer a diversidade dos modelos de negócio liderados por mulheres e valorizar os estilos de liderança femininos. A ideia geralmente aceite de liderança é a dita “masculina”, mas existem outros modos de fazer e ver o mundo que podem trazer inovação e diferencial a um negócio.

O empreendedorismo feminino é uma peça-chave para um desenvolvimento económico mais equitativo, sustentável e inclusivo. No contexto global,

rompe barreiras e redefine modos de fazer. Em Angola, é uma alavanca para a emancipação, resiliência e inovação social. Com investimento, apoio e políticas adequadas, as mulheres empreendedoras não só podem transformar as suas próprias vidas, como também as comunidades em que vivem.

1 O título é uma citação de uma entrevista feita em 2023 à Dona Joana, mulher empreendedora no Sequele (Luanda) que gere um negócio de kissangua (bebida tradicional) e que emprega 3 colaboradoras.

2 Mulher que gere um pequeno negócio de venda ao público na rua e em circulação.

3 Em muitas zonas de Angola as mulheres agricultoras (camponesas) não têm direito de posse da terra ou só têm acesso a lavras de sequeiro (sem acesso a água), tendo que colaborar na lavra dos maridos e só depois com tempo para a sua própria lavra.

4 Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são a agenda global da ONU composta por 17 metas que visam erradicar a pobreza, proteger o planeta e promover paz e prosperidade até 2030. Orientam políticas e ações em áreas como educação, saúde, igualdade de género, clima e economia e foram assinados por Angola.

**“Uma casa onde as pessoas
possam entrar e ser elas mesmas,
como um grupo de amigos que se
junta numa sala”.**

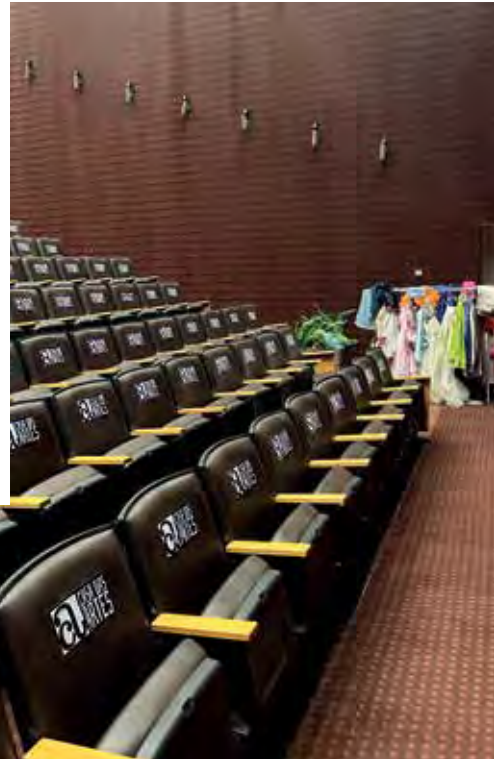
Aneth Silva

Casa Rede, Luanda

Aneth Silva, bailarina e coreógrafa, é uma das cinco jovens artistas e produtoras culturais que criaram a *Casa Rede*, pensado como um espaço alternativo de diversão para jovens artistas e pessoas que se identificam com a arte. “*Uma casa onde as pessoas possam entrar e ser elas mesmas, como um grupo de amigos que se junta numa sala*” declara Aneth Silva. O local oferece uma programação diversificada, incluindo debates, música e várias formas de expressão artística. Tornou-se uma referência nas noites de Luanda, proporcionando boa música, uma atmosfera descontraída e um ambiente inclusivo onde a criatividade e a liberdade de expressão são celebradas. A aposta da *Casa Rede* é manter vivo um espaço de partilha capaz de criar relações concretas entre artistas que consequentemente acabam por entender melhor o processo de produção artística, porque participam da própria organização e gestão. “*A conexão direc-*

ta com quem quiser trazer propostas é o ideal para quem é artista” defende Aneth Silva. A *Casa Rede*, que não conta com nenhuma parceria institucional, aposta na experimentação e na criação de eventos que possam colocar em diálogo geografias diferentes, partilhando histórias comuns.





**“valorizar o património cultural
e natural angolano, utilizando
técnicas que tentam misturam
o tradicional e o moderno”**

Henda Traça

NhaLuany, Luanda

Henda Traça iniciou o seu percurso no artesanato em Portugal mas o seu maior desejo foi sempre regressar a Angola, como de facto aconteceu em 2002. Abriu o seu ateliê multidisciplinar em Luanda, o espaço *NhaLuany*, onde se encontram peças únicas propostas por vários criadores que utilizam diferentes materiais como tecido, madeira, porcelana e objetos em vidro obtidos através do processo de fusão a alta temperatura. Estes dois últimos tipos de produto são a área de principal criação da Henda Traça. Além disso, a empreendedora criou, há mais de dez anos, uma feira de artesanato, que acontece no primeiro domingo de cada mês, em resposta à necessidade vivida por muitos criadores de poder contar com um espaço comum onde expor o próprio trabalho regularmente. A feira se tornou assim, com o tempo, uma referência para quem gosta de comprar peças artesanais. O trabalho de Henda Traça tem como objetivo valorizar o

património cultural e natural angolano, utilizando técnicas que tentam misturam o tradicional e o moderno.





“Ser mulher é muito difícil porque antes de ir trabalhar deves fazer os teus deveres em casa, é muito difícil, é preciso ter muita paixão para seguir em frente com os teus sonhos!”

Madalena Paulino

Empreendedora, Benguela

Madalena Paulino começou pela costura, passando a exercer sua atividade na área da produção de calçado artesanal em pano e cabedal para homens e mulheres, depois de ter participado numa formação profissional no sector, por sugestão do irmão que já tinha frequentado o mesmo curso. “*Ser mulher é muito difícil porque antes de ir trabalhar deves fazer os teus deveres em casa, é muito difícil, é preciso ter muita paixão para seguir em frente com os teus sonhos!*” Madalena Paulino declara inspirar-se pela vida cotidiana e pela arte em geral. No início da sua atividade recebeu o apoio de amigos e da comunidade rastafári de Benguela com que partilha os mesmos valores.

O sonho dela é criar uma empresa que possa ajudar também a passar o conhecimento para outras pessoas, formando e criando trabalho para os jovens sobretudo. Acredita que é importante trabalhar e criar rede sobretudo entre mulheres. Vende os seus produtos através da internet e das redes sociais.





**“aceitar a experimentação
é importante, ajuda a reconhecer
que o próprio percurso da
experiência tem valor”**

Wyssolela Moreira

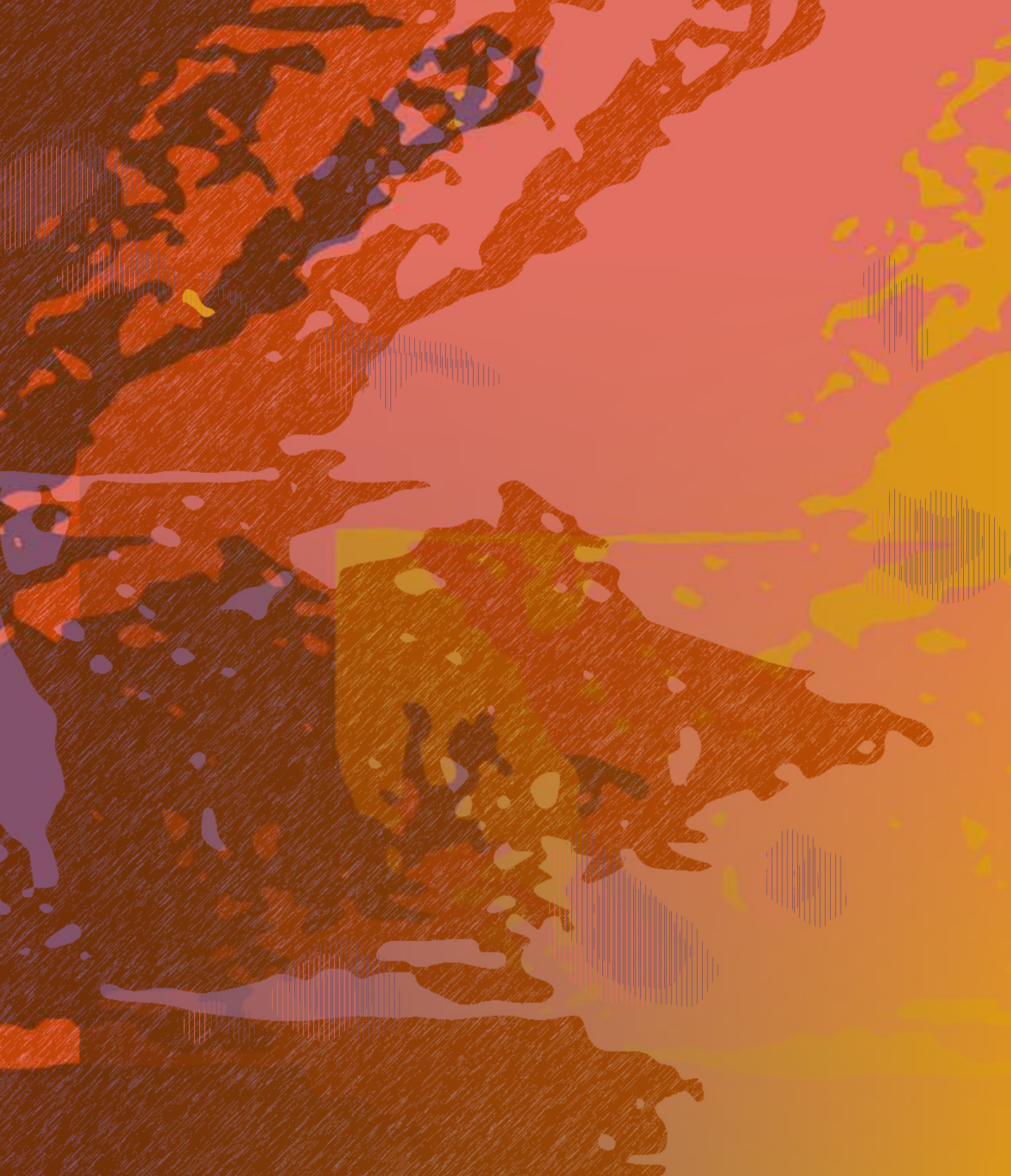
Artista multidisciplinar, Luanda

Wyssolela Moreira, vive entre Luanda e o Canada. É uma artista multidisciplinar, diretora de arte e terapeuta de bem-estar. Começou com a dança mas, por causa de uma lesão, começou a explorar outras formas de expressão como a fotografia e o cinema. É com a impressão digital, porém, que começou a fazer da sua arte um trabalho, recebendo encomendas para fazer quadros e colagens. Em 2019 realiza no teatro Elinga de Luanda a exposição individual “Prosopagnocia” utilizando a colagem como meio expressivo, abordando a identidade angolana e os efeitos da colonização nos padrões de beleza contemporâneos. A sua prática artística é experimental *“aceitar a experimentação é importante, ajuda a reconhecer que o próprio percurso da experiência tem valor”*. Wyssolela Moreira utiliza a escrita e a fotografia, abrindo também para a instalação, a vídeo-arte e a performance, tendo como centro de reflexão na sua prática artística a

descolonização e desconstrução da herança colonial relativa ao corpo e à identidade, abrindo para experiências marginalizadas, realçando as realidades sociais da desigualdade de género e dos direitos humanos.







Cabo Verde

ACEP mapeamento de iniciativas em Cabo Verde

Matilde Dias

Cabo Verde tem 20 projetos inscritos na Futuros Criativos, a plataforma para mapeamento de iniciativas da economia criativa nos PALOP e Timor-Leste. São nove áreas de atuação, com destaque para serviços criativos e espaços de educação e cultura. No arquipélago, seis projetos registados são liderados por mulheres. Este número cresce para 21 com a integração do mapeamento de iniciativas de mulheres empreendedoras na área da economia criativa em Cabo Verde, realizado em 2024 pela ACEP nas ilhas de Santiago, São Vicente e Santo Antão. O levantamento permite perceber a diversidade das práticas e o contexto desafiante em que operam estas artistas, produtoras, gestoras e comunicadoras.

Trata-se de um mercado pequeno, dependente de fatores externos e penalizado por um fraco poder de compra dos consumidores, num país onde o desemprego chega a afetar 20 por cento da população jovem. Cada entidade ou negócio sente o peso da burocracia e dos custos de energia, comunicação e transporte entre as ilhas, que é caro e, muitas vezes, imprevisível. A economia criativa, enquanto setor, encontra-se numa fase incipiente em Cabo Verde, quando sequer se sabe quantos são e onde estão os criativos do país; e como podem aceder às poucas linhas de financiamento e formação existentes. O debate toca ainda na profissionalização dos criadores e produtores das artes, entretenimento e cultura, que continuam a atuar, na esmagadora maioria, sem regulação laboral ou proteção social.

Inovação e pioneirismo

O mapeamento produz um conjunto de informações relevantes que traçam um retrato mais concreto deste setor, ao mesmo tempo em que identifica a inovação e a ousadia de quem investe e propõe soluções, independen-

temente da dimensão da iniciativa, do volume das parcerias e dos números que gera.

BONAKO: uma empresa de jogos digitais e aplicativos móveis que ambiciona colocar África no mapa dos produtores de videojogos e de aplicativos. Um dos seus projetos mais inovadores é a “Muska”, a primeira plataforma de streaming musical criada em Cabo Verde em 2022.

BOMBU MININU: uma das referências na cidade do Mindelo em termos de espaços para a educação e cultura. Um centro que funciona como produtora de eventos culturais dentro e fora de portas, promove tertúlias, ciclos de cinema, lançamentos de livros, exposições, concertos e acolhe residências criativas.

ALLIANCE CONSULT: fundada por duas empreendedoras que querem mudar o cenário da consultoria em Cabo Verde, com a oferta de soluções autóctones. Uma empresa de consultoria especializada em inovação, transforma-

ção digital, gestão da sustentabilidade e marketing, voltada para o continente africano, em particular os PALOP.

M_EIA: surge em 2004 como o primeiro instituto de ensino superior na área das artes em Cabo Verde e como fruto dos 25 anos de trabalho da cooperativa Atelier Mar, fundada por Leão Lopes. A Escola Internacional de Arte nasceu com a primeira formação de professores na área artística. E ainda criou a primeira geração de designers cabo-verdianos formados no país.

COME IN CABO VERDE: uma plataforma que divulga os conteúdos culturais, desde eventos e projetos de lazer, artes e cultura. As informações estão em três canais: um website, as redes sociais e um aplicativo disponível no Play Store desde Dezembro de 2022, de forma gratuita.

Impacto sócio-económico

Há iniciativas consolidadas no mercado que geram receitas e empregos e ainda contribuem para a oferta turística do país.

HARMONIA: produtora e distribuidora de música fundada em 1998, por José “Djô” da Silva, o agente de Cesária Évora. Desde 2021, atua a partir de São Vicente, para onde transferiu o estúdio e o escritório de Paris. Representa artistas importantes do país, como Tcheka, Lura, Cordas de Sol, Mário Lúcio e Gil Semedo.

SIGUI SABURA: fundada em 2014, é promotora de eventos musicais em Cabo Verde e outros seis países, com mais de 60 mil clientes.

KAVALA FRESK FEASTIVAL: criado há 13 anos, por uma empresa de São Vicente, é um festival de gastronomia, artes e desportos náuticos, que acontece sempre no mês de Julho, a abrir a temporada alta dos festivais no país.

FESTIVAL MINDELACT: surge em 1995, na cidade do Mindelo, por iniciativa de um grupo de agentes teatrais. O festival internacional de teatro do Mindelo, com 30 anos de história, é uma referência das artes cénicas na África ocidental.

Um país de artistas

Entre a plataforma Futuros Criativos e o mapeamento de mulheres empreendedoras na economia criativa, registam-se 35 iniciativas, das quais 12 têm à frente artistas e artesãos. Um dos primeiros é Domingos Luísa, um dos mais prestigiados artistas cabo-verdianos, com uma carreira de quatro décadas que se expande à pintura, escultura e cenografia. Do outro lado do espectro, em termos de experiência, vale mencionar Stephanie Silva, designer de moda formada no país, fundadora da Climax, uma marca de roupas e acessórios que reutiliza materiais descartados. O projecto Fashion Matters, desenvolvido pela micro-empresa cabo-verdiana, tem permitido capacitar e criar alternativas profissionais para mulheres desempregadas de comunidades piscatórias.

Na cidade da Praia, a pintora Nela Barbosa abriu a sua galeria em 2015, a primeira artista plástica do país a empreender para colmatar uma lacuna - a grande dificuldade em ter espaço de produção e exibição de obras de arte. Nessa mesma senda, seguem três pro-

jetos de escolas de formação em dança e teatro, encetados por artistas que buscam consolidar as suas práticas artísticas e, ao mesmo tempo, apostar no futuro. São os casos das bailarinas Milena Tavares, de Santo Antão, Gorreth Vaz, de Santiago, e da atriz Patrícia Silva, de São Vicente.

“uma ferramenta que facilita o trabalho dos promotores culturais, porque lhes permite fazer uma comunicação organizada dos seus eventos num único canal”

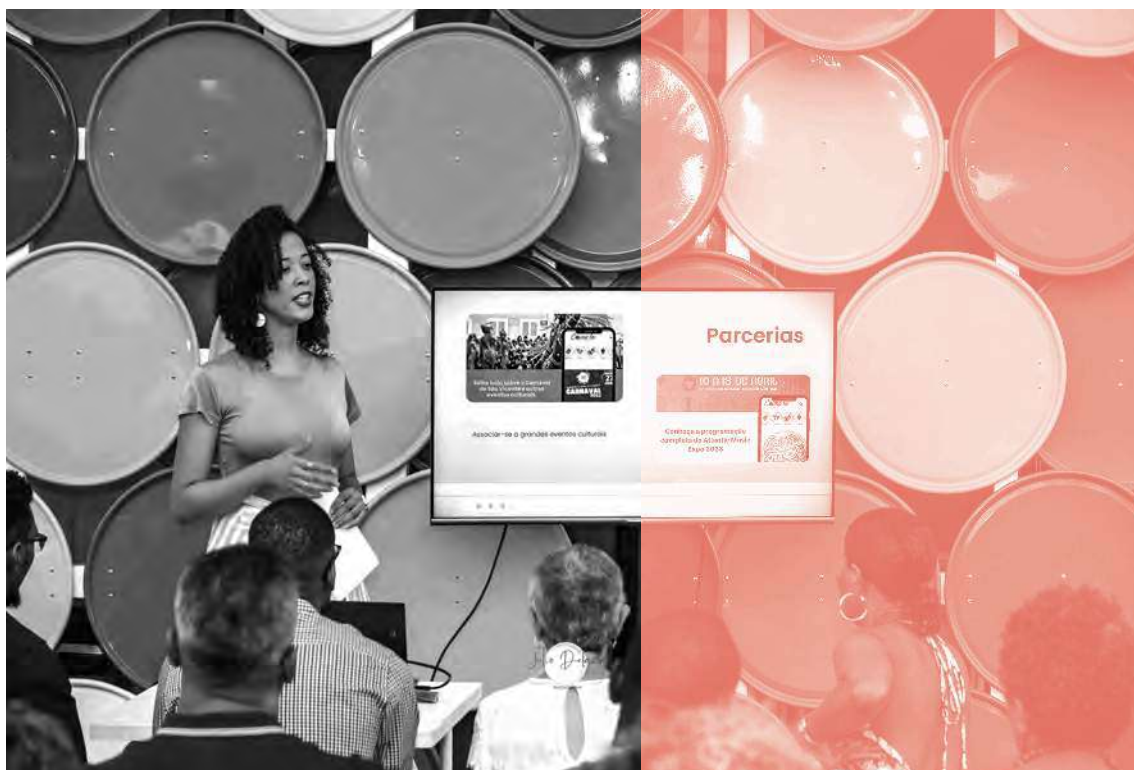
Cátia Lush Sequeira

Come in, Praia

Cátia Lush Sequeira é a diretora geral da *Come in Cabo Verde*, uma start up que veio preencher uma lacuna: apesar de existir uma agenda cultural e de entretenimento bastante dinâmica ao longo do ano, faltava concentrar as informações num único sítio, de fácil acesso e manuseio, onde o público e os promotores pudessem interagir. Motivada pela vontade de contribuir para divulgar a cultura do seu país que, aliada ao turismo, constitui um dos principais binómios para o seu desenvolvimento, Cátia desenvolveu uma aplicação disponível no Play Store de forma gratuita. A aplicação tem como público alvo turistas e a diáspora cabo-verdiana, bem como residentes no país, e apresenta-se como uma ferramenta que facilita o trabalho dos promotores culturais, porque lhes permite fazer uma comunicação organizada dos seus eventos num único canal. “*Registam-se na plataforma com o email e podem entrar e partilhar conteúdos, dar likes, seguir*

artistas e outros promotores e interagir com todo o conteúdo do site”. Cátia trabalha na comunicação de grandes eventos como o Festival Kavala Fresk, Mindel Summer Jazz, AME, o carnaval, que são certames que vendem muito bem o destino Cabo Verde.





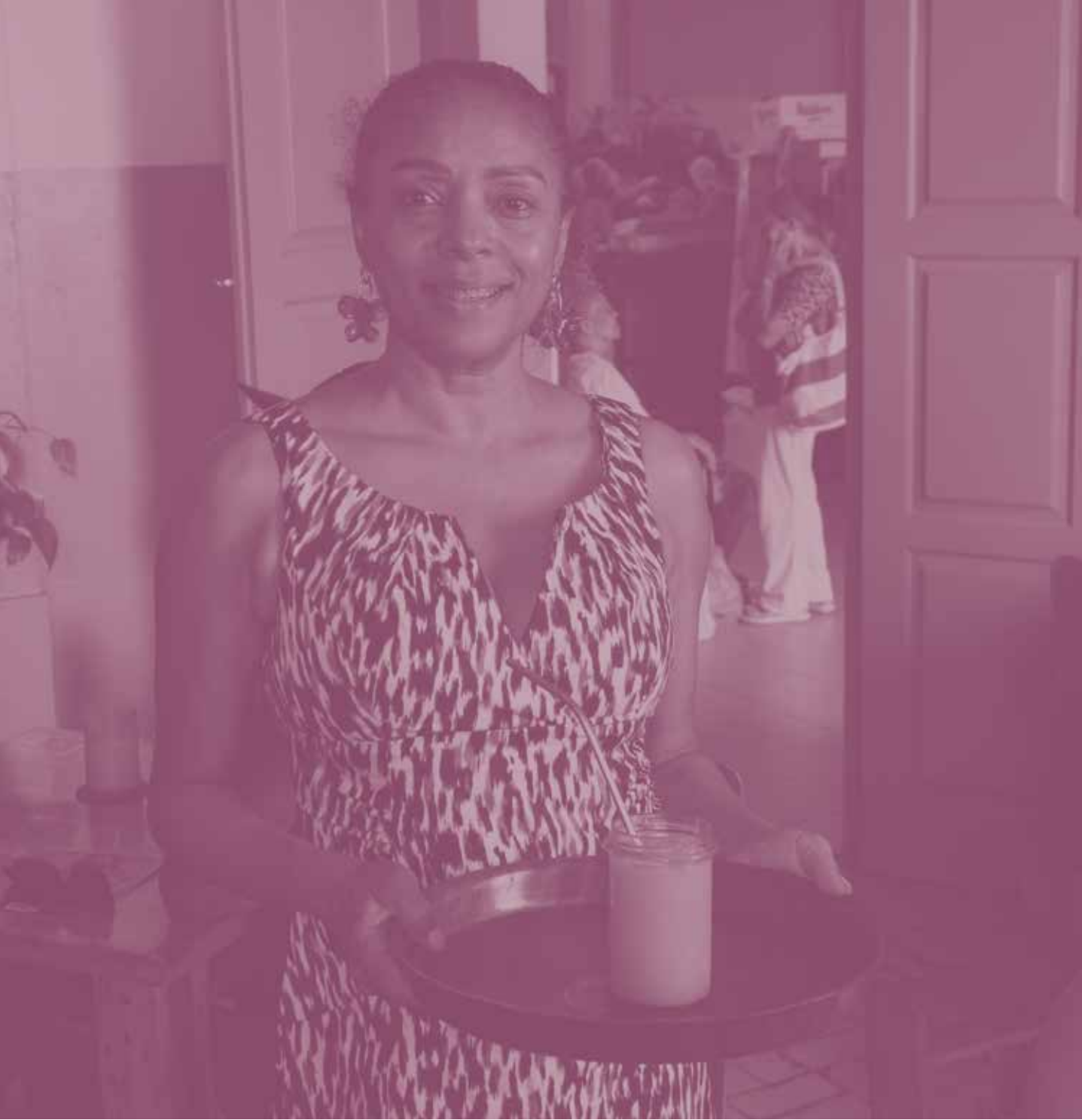
“E também por usarmos produtos orgânicos, somos amigos do ambiente. Daí, faz sentido usar o nome de Café Verde.”

Elise Gomes

Café Verde, Mindelo

Evelise Gomes, já foi empreendedora nas áreas de comercialização e produção de artesanato/arte e produção musical. Após questionamentos de um amigo emigrante, sobre a falta de um local onde se pudesse apreciar cafés do fogo e de Santo Antão, resolveu empreender nessa área. Contou com a parceria de uma amiga, a polaca Emilia Wojciechowska, e assim nasceu Café Verde. *“Recebemos o café verde das ilhas, torramos e moemos, fazemos todo o tratamento aqui mesmo, no espaço do café. E também por usarmos produtos orgânicos, somos amigos do ambiente. Daí, faz sentido usar o nome de Café Verde”*, explica Evelise Gomes. O que começou por ser um café e pastelaria, passou a servir pratos ao almoço — pratos cabo-verdianos em versão vegana com opção de proteína animal (carne/peixe). Localizado no Mercado Municipal, Café Verde é um espaço comercial dominado pelas mulheres e tem como bandeira o empoderamento

da mulher. *“Nossos ingredientes são comprados nas vendedeiras do mercado. O nosso cuscuz é feito, desde o primeiro dia, pela Dona Amélia. Os doces, bolos e biscoitos veganos são feitos por mulheres. Todas as funcionárias são mulheres”*, afirma a empresária. A clientela é diversificada, entre turistas e nacionais que podem aproveitar também de um espaço de exposição/venda de artesanato e obras de arte de artistas nacionais.





“decidimos criar uma associação só de mulheres para podermos pôr em prática todas aquelas ideias que sabíamos que eram coisas boas”

Josefa Sousa

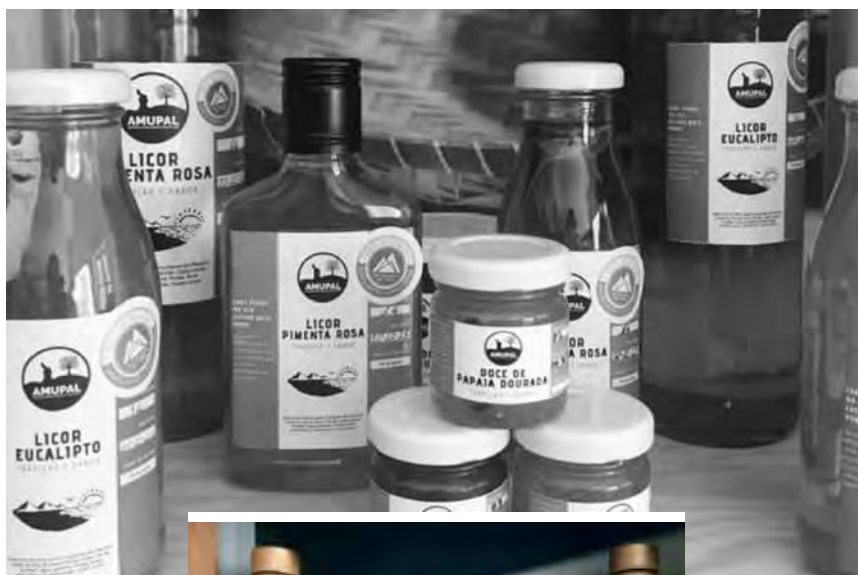
AMUPAUL, ilha de Santo Antão

A AMUPAUL é uma associação de desenvolvimento comunitário que reúne mulheres da região do Planalto Leste, na cordilheira central da ilha de Santo Antão.

A Associação foi criada em 2005, para ser a voz das mulheres dessa região montanhosa. *“Na associação da comunidade, com homens e mulheres, nós não tínhamos voz, as nossas ideias, mesmo que fossem boas, nunca eram aprovadas, não tínhamos vez. Então, decidimos criar uma associação só de mulheres para podermos pôr em prática todas aquelas ideias que sabíamos que eram coisas boas”*, conta Josefa Sousa, Presidente da Amupaul, que conta com 27 associadas. A estratégia da AMUPAUL é criar um projeto como solução para cada problema enfrentado pelas mulheres. *“Na nossa associação, criamos um caderno dos sonhos e um caderno dos problemas. Se a pessoa não tem uma ideia de projeto, então pedimos que escreva um sonho*

e depois um problema nos cadernos. E assim, posso conseguir uma ideia de projeto porque o sonho vai resolver o problema dessa pessoa”, afirma a líder da associação. A primeira aposta foi uma unidade de transformação alimentar, para produção de doces, compotas e licores. Como alternativa à seca, resolveram apostar também no turismo rural. Recentemente a AMUPAUL activou o projeto Sistemas Agroflorestais: Conservação da Flora Endémica, em que a AMUPAUL é parceira da ADPM – Associação de Defesa do Património de Mértola, de Portugal.





“As pessoas têm alguma resistência em sair de casa para ir assistir aos filmes. Penso que tem a ver com a rutura que sofremos na década de 1990, deixamos de ter salas de cinema”.

Natasha Craveiro e Emilia Wojciechowska

CineClub Mankara, Praia

Antigamente, nos cinemas da cidade da Praia, cultivava-se o hábito de assistir aos filmes no cinema com mancarra torrada nas mãos. Daqui nasce o nome do *CineClub Mankara*, a iniciativa de duas mulheres, ambas produtoras e realizadoras residentes na cidade da Praia: Natasha Craveiro, cabo-verdiana produtora e realizadora e Emilia Wojciechowska também produtora e realizadora, natural da Polónia e residente em Cabo Verde desde 2011. A iniciativa partiu da constatação que os cabo-verdianos perderam o hábito de ir ao cinema, assistir aos filmes numa plateia. *“Nós reparamos que, nos lançamentos de alguns títulos da nossa produtora, as pessoas têm alguma resistência em sair de casa para ir assistir aos filmes. Penso que tem a ver com a rutura que sofremos na década de 1990, deixamos de ter salas de cinema”*, afirma Natasha Craveiro. CineClub Mankara é um projeto social, educativo e cultural sem

fins lucrativos cujo objetivo principal é disponibilizar ao público da ilha de Santiago, diferentes cinematografias, debates, masterclasses e workshops. O formato das sessões consiste na projeção do filme e depois abre-se espaço a um debate sobre o mesmo entre a plateia e a equipa de produção do filme. Fazem sessões todas as quintas-feiras, às 19 horas, no Palácio da Cultura Ildo Lobo, no Platô. No início de cada mês, realizam um ciclo de cinema temático, com duração de três dias. 9







São Tomé e Príncipe

Elas Criam, Logo Existem

Katya Aragão

No marco do projeto “Mulheres Empreendedoras dos PALOP: Cultura, Inovação e Desenvolvimento” da ACEP, a equipa da Tela Digital dedicou-se a mapear 10 iniciativas criativas lideradas por mulheres em São Tomé e Príncipe, revelando percursos marcados por originalidade, impacto comunitário e inovação.

A economia criativa santomense, ainda incipiente, apoia-se fortemente na cultura local, no património e nas indústrias culturais – elementos que têm vindo a ser reconhecidos como potenciais vetores de desenvolvimento económico e sentido de identidade coletiva.

No entanto, a participação das mulheres está condicionada por obstáculos estruturais: a dupla jornada (tarefas domésticas e produtivas), a falta de acesso a garantias de crédito, níveis elevados de analfabetismo e normativas institucionais e sociais restritivas.

Ainda assim, várias empreendedoras demonstram como a criatividade pode ser um espaço de autonomia, contestação e inspiração, criando modelos que quebram barreiras e redefinem o potencial do feminino na economia local.

Este mapeamento, realizado através de entrevistas, documentação fotográfica e recolha de vídeos, dá voz a iniciativas que cruzam artes visuais, gastronomia, design, turismo sustentável e media, e que revelam formas sofisticadas de criar valor cultural e económico.

A partir destas reflexões, fica claro que as políticas públicas devem evoluir no sentido de criar circuitos de financiamento acessível, formação técnica contínua e plataformas de visibilidade, assim como incentivar redes intergeracionais entre mulheres criadoras, para

fortalecer o ecossistema criativo.

Enquanto empreendedora cultural e cineasta, tenho vivido na primeira pessoa estes desafios e aprendizagens. A minha travessia tem sido, por vezes, solitária, feita de autoconfiança forjada no improviso, redes frágeis, mas resilientes, e muitas vezes de portas fechadas que só se abrem pelo trabalho invisível. Aprendi que a criatividade não é um luxo: é resistência. Cada produto que crio, cada ideia que tiro do papel, é também um ato de afirmação. Navegar estas águas é desafiante, sim. Mas é nesse movimento, feito de falhas, conexões inesperadas e pequenos triunfos, que construímos uma narrativa onde as mulheres santomenses são protagonistas do seu destino.

Este mapeamento pretende ser um convite para ver, apoiar e amplificar estas vozes. Que possamos continuar juntas, criando, transformando, exigindo lugares e visibilidade.

“É na natureza de São Tomé que a Cácia se inspira para criar óleos essenciais e também pomadas para o tratamento cutâneo e capilar de homens e mulheres.”

Cácia dos Anjos

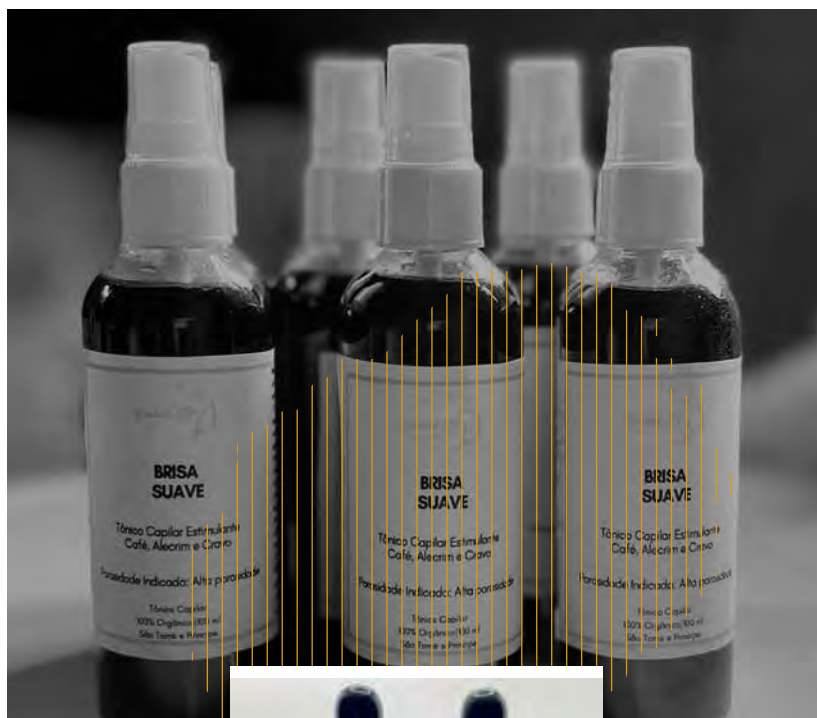
Kwakulá STP, Água Bobo

Cácia dos Anjos é uma empreendedora social, CEO e fundadora da empresa *Kwakulá STP* em Água Bobo, São Tomé e Príncipe. Além disso, Cácia é estudante finalista do curso de Gestão em Saúde e possui formação em Empreendedorismo social e Empreendedorismo de Negócios Internacionais. A frase que inspira o seu negócio é *“onde o empreendedorismo encontra a natureza”*, porque é na natureza de São Tomé que a Cácia se inspira para criar óleos essenciais e também pomadas para a o tratamento cutâneo e capilar de homens e mulheres. A empresa existe há mais de três anos e o sonho da Cácia é ter um espaço próprio que possa servir para exposição dos produtos e para a revenda.

No arranque do negócio uma das maiores dificuldades foi encontrar frascos em vidro baratos para poder vender os seus produtos a um preço acessível. Cácia conseguiu finalmente importa-los da China em grande quan-

tidade. A *Kwakulá STP* vende os seus produtos apenas on-line através das suas redes sociais sempre muito ativas e com muitas sugestões de utilização dos óleos e das pomadas que podem ser enviadas por correio para qualquer destino. O próximo desafio é chegar ao mercado internacional criando uma rede de lojas que possam distribuir em diferentes países os produtos da *Kwakulá STP*.





“Catarina acredita na importância de promover a presença das mulheres, sobretudo jovens, nas artes num contexto como São Tomé onde a presença delas é ainda muito limitada e marginal.”

Catarina Neto

artista plástica

Catarina Neto é uma artista plástica que começou a desenhar muito cedo, a lápis passando depois a utilizar as cores. Estudou artes visuais no liceu continuando a sua formação no atelier M de Kwame Sousa e nas Oficinas da Cacau. Tem começado a sua atividade de forma mais regular em 2019. Em 2024 participou numa residência artística no Gabão e em 2025 teve a oportunidade de deslocar-se em França para mais uma residência, desta vez mais longa que foi também oportunidade de ter um contacto mais próximo com a arte europeia. Catarina acredita na importância de promover a presença das mulheres, sobretudo jovens, nas artes num contexto como São Tomé onde a presença delas é ainda muito limitada e marginal. Tem como objetivo, também, aproximar as classes mais desfavorecidas ao mundo das artes. Na sua pintura, que explora várias técnicas, trabalha temas ligados às tradições e a espiritualidade do arquipélago onde nasceu,

focando-se sobretudo na mulher, no seu quotidiano e no seu papel na sociedade, recorrendo muitas vezes ao retrato. Catarina Neto acredita na arte como instrumento de denúncia, abordando nas suas telas temas como o abuso sexual e as agressões físicas e psicológicas sofridas pelas mulheres.





“A Tela pretende contribuir para a mudança de narrativa que predomina sobre São Tomé e Príncipe e África, com foco nos PALOP.”

Katya Aragão

Tela Digital, São Tomé

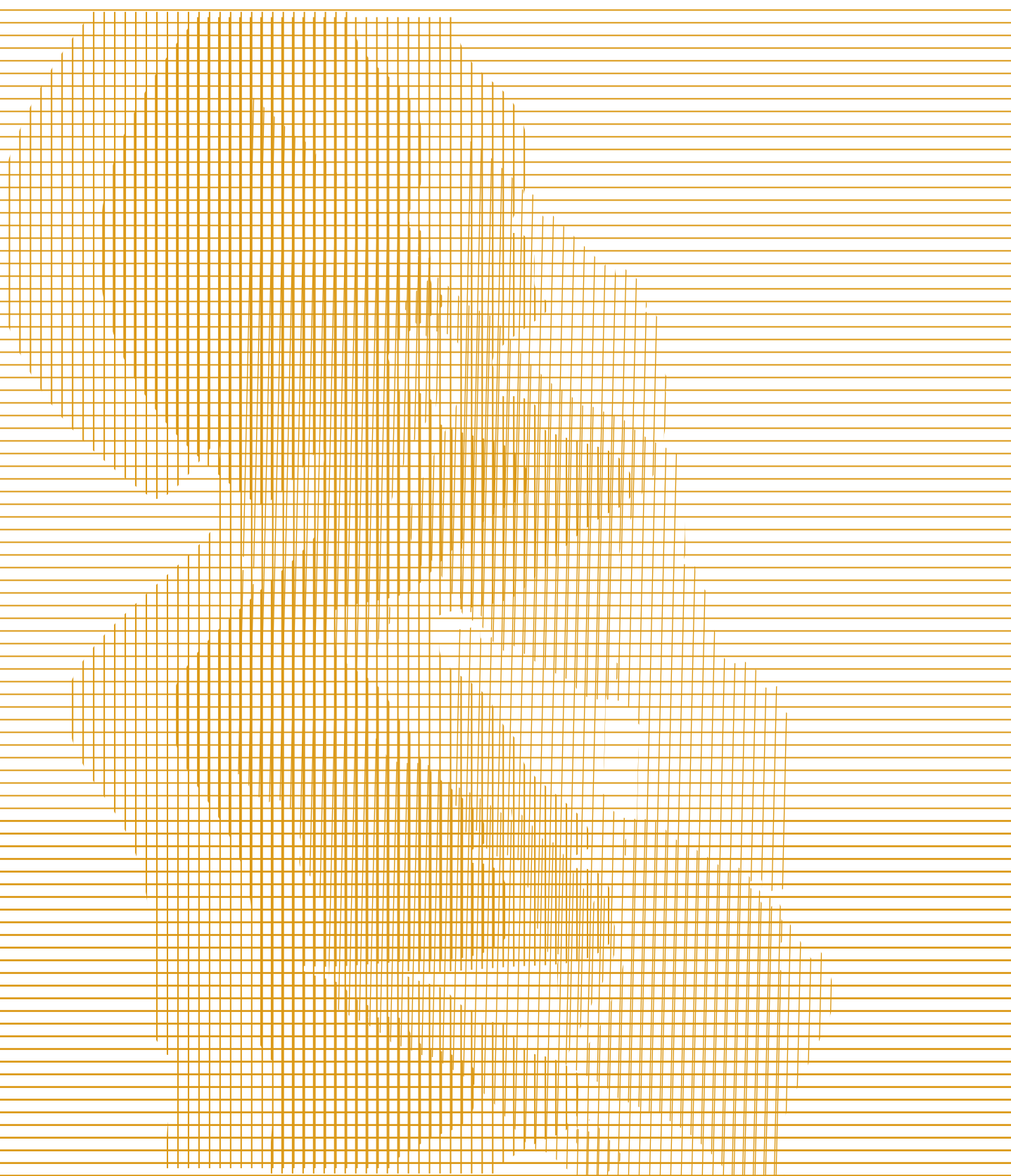
A Tela Digital é uma agência de comunicação e produtora audiovisual sediada em São Tomé e Príncipe, co-fundada e liderada por Katya Aragão. Desde 2015 a sua equipa multidisciplinar alia experiência internacional a um profundo conhecimento cultural local. A Tela é reconhecida pela sua abordagem personalizada e impacto transformador em marcas, instituições e projetos sociais. Produz filmes, campanhas, eventos, conteúdos digitais e narrativas que valorizam as vozes africanas.

Desde 2021, a Tela Digital em colaboração com outros parceiros, tem organizado o São Tomé Film Lab (www.saotomefilmclub.com). Um programa sem fins lucrativos, que inclui uma residência artística, promovendo novos talentos da indústria cinematográfica e audiovisual, com idades compreendidas entre os 18 e os 35 anos, oriundos da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP).

Já colaborou com organizações internacionais e recebeu prémios por conteúdos que contam histórias autênticas e relevantes. Mais do que comunicar, a Tela pretende contribuir para a mudança de narrativa que predomina sobre São Tomé e Príncipe e África, com foco nos PALOP.









Guiné Bissau

Conceição Barbosa — Bibas
[instagram.com/bibas.bissau](https://www.instagram.com/bibas.bissau)

Dalanda Só — Damaia
[facebook.com/Damaia No Tchon Rico](https://www.facebook.com/Damaia%20No%20Tchon%20Rico)

Ivone Gomes — Bontche
[facebook.com/coopbontche](https://www.facebook.com/coopbontche)

Janna Barbosa — BueoloJobs
[facebook.com/BueoloJobs](https://www.facebook.com/BueoloJobs)

Quinta Tomás da Cunha — Kabongha-Sabura di Bolama
[facebook.com/saburadibolama](https://www.facebook.com/saburadibolama)

Moçambique

Josina Sitole Muchanga — Xikhaba
[instagram.com/xikhaba.co.mz](https://www.instagram.com/xikhaba.co.mz)

Kátia Patricília — MãeBiz
[maebiz.co.mz](https://www.maebiz.co.mz)

Marta Uetela — BioMec
[instagram.com/biomec_prosthetics](https://www.instagram.com/biomec_prosthetics)

Micaela d'Avó — Walissima
[walissima.com](https://www.walissima.com)

Silsa Loforte — Bambuh
[instagram.com/eco.amigavel](https://www.instagram.com/eco.amigavel)

outras experiências

Angola

Aneth Silva — Casa Rede
facebook.com/AnethP.Silva

Henda Traça — NhaLuany
facebook.com/NhaLuany

Madalena Paulino
facebook.com/mileny.deandrade

Wyssolela Moreira
instagram.com/wyssolmoreira

Cabo Verde

Cátia Lush — Come in
instagram.com/comein.cv

Evelise Gomes — Café Verde
instagram.com/cafeverdemindele

Josefa Sousa — AMUPAUL
facebook.com/associacaoamupaul

**Natasha Craveiro e Emilia Wojciechowska
— Mankara cineclub**
instagram.com/mankara_cineclub

São Tomé e Príncipe

Cácia dos Anjos — Kwakula
instagram.com/kwakula_stp/

Catarina Neto
instagram.com/catarinaneto24

Katya Aragão — Teladigital
proteladigital.com





Uma iniciativa

acep



kaleidoscopio
Research in Public Policy and Culture

Apoio

