

# EMPRESÁRIAS ACIDENTAIS

Três mulheres criaram o seu próprio negócio apostando em criações de moda e artesanato moderno. Mas fugiram das lojas convencionais. A Internet e os telemóveis foram as primeiras montras.

POR CLÁUDIA ALMEIDA



**ANA MADRAGOVA, 32 anos**

**FORMAÇÃO** Confeção e Estilismo (Escola Profissional Magestil)

**MARCA** Ana Madragoa

[roupa e acessórios para crianças]

**PREÇOS** Entre 8,50 € e 22 €

**NET** [www.pinguimgroup.com/anamadragoa](http://www.pinguimgroup.com/anamadragoa)

**O MAIOR DESAFIO**

A receptividade no mercado *on-line* foi tão grande que, cerca de dois meses depois, teve de contratar quatro pessoas para responder às encomendas.

**O PESO DO 'ON-LINE'** Os próprios responsáveis da Associação do Comércio Electrónico em Portugal (ACEP) acreditam que a Internet é um meio com muito ainda por explorar. E em crescimento. Numa recente apresentação do seu barómetro, Alexandre Nilo da Fonseca, presidente da associação, reforçava que "a tendência de crescimento das vendas *on-line* em Portugal segue e até ultrapassa o comportamento verificado no mercado americano e um pouco por todos os países europeus." E diz mais: "no actual contexto de abrandamento económico, o crescimento sustentado das vendas *on-line* nos últimos anos é um sinal importante para as empresas portuguesas". De acordo com os últimos dados, os bens mais vendidos são produtos electrónicos, de telecomunicações e

material de informática. Seguem-se as revistas, livros, jornais, bilhetes para espectáculos culturais e desportivos, e ainda os produtos de moda, joalharia e beleza. Precisamente a categoria em que se inserem o negócio de Mafalda Silva.

Embora um bom negócio, para vingar, precise de um bom plano, Ana Madragoa não pensou muito nisso quando avançou para o seu próprio negócio há seis meses. Mas, mesmo sem uma estratégia delineada, acabou por ser surpreendida pela evolução da sua pequena empresa na área da roupa infantil. Tudo começou quando procurava uma forma de equilibrar o orçamento familiar numa fase muito complicada da sua vida. Foi através do reenvio de *e-mails*, o passa-palavra do século XXI que uma amiga iniciou, que percebeu que os seus chapéus coloridos e de formas originais (com borboletas, tranças, forma de

barco) tinham saída comercial. A receptividade do mercado *on-line* foi tão grande que, cerca de dois meses depois, Ana teve de contratar quatro pessoas para responder às encomendas. E alugou um espaço alternativo pois a casa passou a ser muito pequena para tamanha actividade de corte e costura. Hoje, Ana Madragoa assina 16 colecções infantis com nomes como Sinyinho, Nenúfar, Flor, Rebuçado, Pipocas, Aquário, Onda do Mar.

**A CONFEÇÃO É UMA ARTE** A confecção também foi a aposta de Sara Lamúrias, criadora da Aforest-Design. Mas este não é o único ponto que a estilista tem em comum com Mafalda Silva ou Ana Madragoa. Também Sara começou o seu pequeno negócio num apertado espaço - uma arrecadação adaptada, com pouco mais de 100 metros quadrados, no pré- ➤