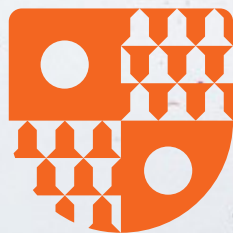


27 JUNHO 2025
APRESENTAÇÃO PÚBLICA
DOS PROJETOS

ENTREPRENEURIAL INITIATIVE 23° EXECUTIVE _MBA



AESE
BUSINESS
_SCHOOL



Partner:



A crescente necessidade de descobrir novas oportunidades de negócio está na base do desenho, desenvolvimento e implementação de novos projetos empresariais. Esta disciplina do Executive MBA inclui a análise de casos de empresas criadas com base em iniciativas individuais, mas também oferece contacto direto com empreendedores de sucesso e outras entidades de referência no ecossistema do empreendedorismo.

Nos dois últimos semestres do Executive MBA, os participantes organizam-se em grupos com o objetivo de explorar as complexidades subjacentes à criação, planeamento e estruturação de novos projetos e startups, culminando este processo com o lançamento e a apresentação pública das suas iniciativas empresariais a business angels, gestores de fundos e sociedades de capital de risco.

Dos projetos desenvolvidos nas várias edições do Executive MBA, vários foram apoiados financeiramente por Sociedades de Capitais de Risco e Investidores, o que possibilitou a constituição de empresas em áreas como a energia, a saúde, o desporto e os serviços.

15:30 ABERTURA

15:40 KEYNOTE SPEAKER

PROF. THOMAS KLUETER,
PROFESSOR OF ENTREPRENEURSHIP
AND ANALYSIS OF BUSINESS PROBLEMS,
DO IESE BUSINESS SCHOOL

16:10 APRESENTAÇÃO DOS PROJETOS ENTREPRENEURIAL INITIATIVE 23º MBA

AMABILIS
AVOZ
BIOCELLUX
CUIDA
EBITDA+
FEMINA
GALLOP SHELTER
MUSART
PHARMAMATCH
THE EMPATHY STORE

17:50 ENTREGA DE PRÉMIOS DE OPERAÇÕES II

18:10 CAFÉ E NETWORKING

Nuno Galego

nuno.costa.galego@gmail.com

Nuno Adrião

nuno.adriao@cgd.pt

Gonçalo Santos

godinho.santos@gmail.com

A Amabilis é uma nova plataforma de intermediação imobiliária especializada na venda da sua propriedade com reserva de usufruto vitalício. O negócio responde a uma realidade crescente em Portugal: uma população sénior com imóveis de elevado valor patrimonial, mas com rendimentos limitados para assegurar uma reforma digna, cuidados de saúde ou apoio familiar. A Amabilis permite que estes proprietários convertam parte do valor da sua casa em liquidez, sem perderem o direito de continuar a viver nela. O investidor ganha acesso a um ativo imobiliário com elevado potencial de valorização, adquirido com desconto significativo, num modelo de baixo risco, rendimento diferido e impacto social positivo.

O serviço da Amabilis é seguro, transparente e orientado para o bem-estar do cliente sénior. A plataforma facilita a ligação entre proprietários e investidores, assegurando a formalização legal da operação e a satisfação dos interesses das partes envolvidas. Com uma proposta ética e distinta, a Amabilis posiciona-se como uma alternativa inovadora no setor imobiliário, com impacto social positivo e sustentabilidade económica.



Amabilis

Mais do que imóveis. Vidas.

Principais Indicadores Financeiros:

Ao fim de 5 anos, a Amabilis estima:

- > Um Volume Acumulado de Vendas de 9,3 milhões de euros;
- > Um Valor Atual Líquido (VAL) estimado de 1,1 milhões de euros;
- > Uma Taxa Interna de Rentabilidade (TIR) de 65%.
- > Um payback de 4,5 anos

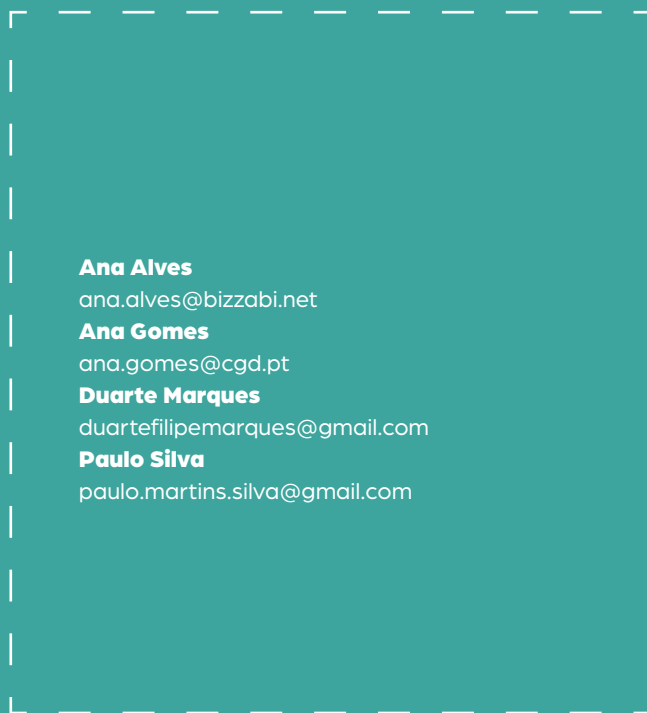
Implementação:

A operação arranca na região de Lisboa e expande-se para o Porto no terceiro ano. A partir do quarto ano, a empresa passará também a atuar como investidor direto em algumas operações, preparando a constituição de um veículo de investimento próprio.

O modelo operacional baseia-se em parcerias com agências imobiliárias, empresas de aconselhamento financeiro e investidores institucionais. A proposta é clara, o risco está bem mapeado e controlado, e o impacto económico e social é significativo. A Amabilis representa uma oportunidade sólida para investidores que valorizam projetos com rentabilidade sustentável e impacto positivo.

VENDA DE IMÓVEIS COM USUFRUTO VITALÍCIO





Ana Alves

ana.alves@bizzabi.net

Ana Gomes

ana.gomes@cgd.pt

Duarte Marques

duartefilipemarques@gmail.com

Paulo Silva

paulo.martins.silva@gmail.com

A AVOZ é uma plataforma digital intergeracional com alma, concebida para combater o isolamento social e promover o envelhecimento ativo, integrando tecnologia, comunidade e proximidade familiar. A solução assenta em três pilares essenciais:

- > um assistente virtual (AYA) que gere uma plataforma de serviços integrada;
- > uma rede comunitária local com atividades e serviços de proximidade a preços acessíveis;
- > uma ponte contínua com familiares, cuidadores e instituições, com alertas e ferramentas de monitorização.

O projeto nasce da constatação de dois desafios críticos da nossa sociedade: o aumento exponencial da população sénior (prevê-se que em 2050 represente 40% da população portuguesa) e a solidão que afeta cada vez mais idosos, mesmo em contextos urbanos e digitais. Num mundo cada vez mais conectado, mas paradoxalmente mais isolado, a AVOZ propõe uma resposta integrada, prática e emocionalmente significativa.

Através de um dispositivo de alta voz inteligente, com interface adaptado à terceira idade, e de um ecossistema de parceiros, a AVOZ conecta pessoas e facilita a vida diária dos utilizadores e das suas famílias. Oferece ainda valor às instituições com dados e insights úteis para a gestão da população sénior.

O modelo de negócio baseia-se numa oferta *freemium* com planos de subscrição diferenciados combinada com receitas provenientes de parcerias comerciais, publicidade segmentada e comissões sobre transações. O modelo é escalável e replicável.

O investimento necessário ascenderá a 300 mil de euros e será realizado no arranque do projeto. A origem dos fundos será repartida entre capital alheio (500 mil de euros em locação financeira a 5 anos) e capital próprio (300 mil de euros). A TIR esperada para o projeto é superior 40% e o NPV, calculado com base no método APV, é de 852 mil de euros que poderá ascender a 1 milhão de euros no cenário de uma subvenção como reforço de investimento.



Com a incorporação de um investidor externo no equity a TIR esperada é de 27% no investimento a 5 anos.

A equipa fundadora combina competências em tecnologia, marketing, gestão e impacto social. Está em curso a angariação de um investidor estratégico que partilhe a nossa visão e missão: *“levar pessoas a pessoas e trazer mais vida aos anos, simplificando a vida de cada família”*.

A AVOZ é mais do que um negócio é um compromisso com uma sociedade mais próxima, segura e humana.



***“Bom dia. D. Maria. Hoje faz sol.
É hora da sua caminhada. Vamos juntas?”***

***Num mundo cada vez mais rápido,
há quem fique para trás. E não devia.
A solidão não se vê. Mas sente-se.
Todos os dias. Em milhares de casas.***

Joana Costa

jfcosta@tap.pt

Nuno Helder

nunoheldersilva@gmail.com

Pedro Quelhas

pedrorosasquelhas@gmail.com

A BioCelluX é uma empresa inovadora dedicada à produção e comercialização de nanocelulose bacteriana (BNC) de alta pureza, um biomaterial avançado obtido por fermentação natural de bactérias, que gera uma rede tridimensional de fibras nanométricas com propriedades únicas. A BNC destaca-se pela sua resistência mecânica superior, pureza excecional, elevada retenção de água e comprovada biocompatibilidade. Trata-se de uma alternativa sustentável e de alta performance a plásticos e polímeros sintéticos, com aplicações estratégicas em sectores de elevado valor acrescentado.

A BioCelluX surge para responder a uma necessidade crítica do mercado: a procura crescente por materiais biocompatíveis, ecológicos e tecnologicamente avançados, capazes de substituir soluções menos sustentáveis como plásticos ou nanoceluloses vegetais, frequentemente limitadas por baixa pureza ou impacto ambiental. A nossa resposta é uma produção limpa de BNC, isenta de químicos agressivos, com tecnologia proprietária e alinhada com os mais exigentes padrões ESG.

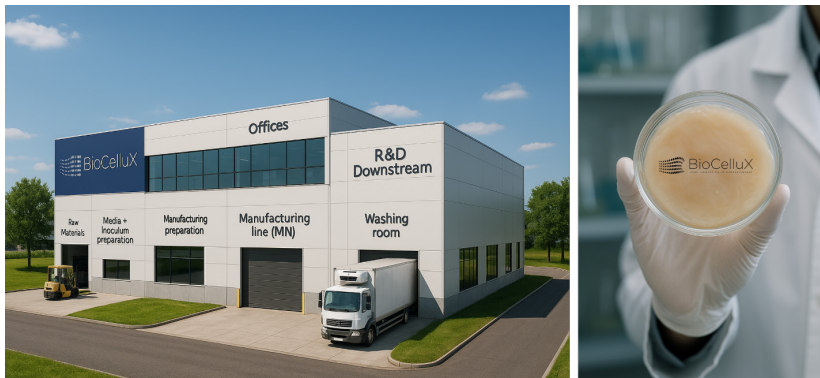
O mercado global de BNC está em aceleração, impulsionado por regulamentações ambientais e pela procura de soluções sustentáveis em sectores regulados. Estima-se que o mercado atinja \$320M até 2030, com crescimento robusto em aplicações biomédicas, cosméticas, farmacêuticas, eletrónicas e embalagens biodegradáveis. A BioCelluX posiciona-se

como um fornecedor premium B2B, focado em contratos de fornecimento a longo prazo e projectos de co-desenvolvimento com players industriais globais.

A nossa proposta de valor centra-se na produção de BNC de alta pureza, adaptada às necessidades específicas de cada cliente. A capacidade produtiva evoluirá progressivamente, de 10 toneladas/ano para 200 toneladas/ano em 5 anos, apoiada por uma infraestrutura modular, automatizada e sustentável.

O plano de execução está estruturado por milestones claros. Nos primeiros 6 a 12 meses será implementada uma unidade piloto, com culturas bacterianas validadas e início de projectos com clientes estratégicos. Nos 12 a 24 meses seguintes, a empresa obterá certificações críticas (ISO, FDA), expandirá a base de clientes e aumentará a capacidade de produção. A partir do terceiro ano, a BioCelluX escalará a produção, diversificará os formatos de produto, e consolidará a sua liderança em nichos de elevado valor.

A infraestrutura planeada inclui cerca de 300 a 470 m², distribuída entre uma planta de produção e uma planta de inovação e co-desenvolvimento contínuo, traduzindo um compromisso real com a excelência industrial e tecnológica. O projecto piloto já se encontra em curso, com produção contínua e validação biotecnológica em ambiente controlado.



O investimento inicial estimado é de €5.2M, destinado à implementação da unidade fabril, aquisição de equipamentos industriais, certificações, reforço da equipa e desenvolvimento comercial. A BioCelluX estima atingir o *break-even* em 24 a 30 meses, projectando um crescimento sustentável com margens EBITDA superiores a 40% a partir de 2028 e ROI acumulado superior a 30% ao ano até 2030.

A equipa fundadora integra competências técnicas (PhD em Biotecnologia, e engenharia de processos) e experiência comprovada em indústria regulada, operações e financiamento. O roadmap inclui desde a instalação da unidade piloto até à certificação FDA, produção anual superior a 120 toneladas, internacionalização e posicionamento em canais industriais.

Com base em múltiplos de mercado (Damodaran), a avaliação da BioCelluX em fase *seed* foi construída a partir de uma abordagem combinada EV/Sales e P/E, com ajustes de risco e retorno compatíveis com o sector de Deeptech e Biotech. Considerando múltiplos médios de 6.79x (EV/Sales) e 33.16x (P/E), e aplicando uma TIR-alvo de 70%, o valor terminal projectado situa-se entre €128M e €159M em 2030, com valor descontado a €11.5M.

Desta forma, a valorização *pre-money* actual da BioCelluX é de €9.6M, refletindo o valor justo do projecto tendo em conta o risco, o potencial de escalabilidade e a tracção inicial. A operação de *seed capital* prevê a entrada de €2.0M por 20.85% do capital, resultando numa valorização *post-money* de €11.6M, e o restante financiamento de €2.5M por via de fundos comunitários. Este rácio representa uma proposta atractiva tanto para investidores estratégicos como para fundos institucionais em fase inicial, combinando uma diluição controlada ($\approx 20\%$) com um potencial de valorização assimétrico até 2030.

A BioCelluX representa uma oportunidade única de investimento numa solução que combina tecnologia avançada, sustentabilidade e impacto positivo. Procuramos investidores estratégicos que partilhem a nossa visão e queiram contribuir para transformar o mercado de materiais avançados. Juntos, podemos liderar a inovação no mercado global de nanocelulose bacteriana e construir um futuro mais seguro, sustentável e tecnologicamente avançado.

Ana Isabel Guedes Couto

ana.guedes@cgd.pt

André Rocha

andre.rocha@finantia.com

Duarte Leitão

duarteleitao@gmail.com

João Matias

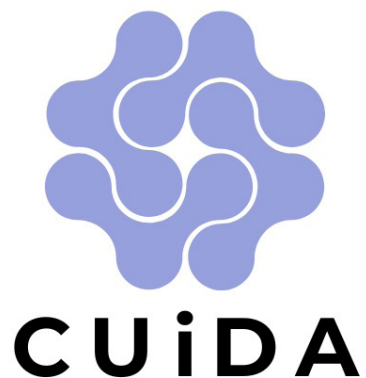
joaopcrmatias@gmail.com

O CUiDA – Cuidado Inteligente e Dedicação Avançada é uma solução inovadora de apoio domiciliário, pensado para responder à realidade da longevidade da população portuguesa, bem como à falta de oferta de habitação. Destina-se à população idosa e/ou dependente que prefere manter-se no conforto e segurança da sua casa, ao mesmo tempo que possibilita a uma franja da sociedade uma habitação no centro da cidade à qual de outro modo não teria acesso.

No centro deste modelo está uma plataforma digital proprietária que faz o *matching* entre estes segmentos de utentes e cuidadores, ao mesmo tempo que otimiza a comunicação entre cuidadores, utentes e famílias em tempo real. Esta plataforma multidirecional não é um complemento – é o coração operacional e diferenciador do CUiDA, que permite criar um *market place* que junta duas realidades através da atribuição inteligente com base na

localização e perfil: por um lado, quem carece de apoio domiciliário e por outro, os cuidadores que valorizam poder residir num centro urbano. Esta abordagem endereça assim dois problemas estruturais em modelos tradicionais de apoio domiciliário: a escassez de cuidadores e a sua rotatividade. É uma solução com impacto social direto e altamente escalável.

O mercado é favorável e ainda mal explorado: existem mais de 2,5 milhões de pessoas com mais de 65 anos em Portugal, mas apenas se garante apoio domiciliário institucional a 11,5% dessa população. Acresce que, se por um lado, o número de idosos continua a aumentar, por outro lado os preços da habitação nos grandes centros urbanos, continua muito acima da média nacional.



A operação está inicialmente localizada na Área Metropolitana de Lisboa, com um mercado projetado de 109 utentes e uma faturação prevista de 620 mil € no primeiro ano, sustentada por margens brutas na ordem dos 20% (para o quinto ano) e crescimento médio de vendas de 27% ao ano. O projeto apresenta um VAL a rondar os 1.200 mil € e uma TIR de 48%, com base num modelo de apoio 24 horas/7dias por semana que é proposto a €2.499/mês, refletindo o forte potencial de escalabilidade e rentabilidade.

O CUIDA não é apenas um negócio, é uma visão estruturada de futuro que se posiciona como uma solução disruptiva e humanizada no apoio domiciliário em Portugal. É a combinação entre impacto social, inovação digital e sustentabilidade económica. É a resposta a uma sociedade que exige mais – mais cuidado, mais dignidade, mais inteligência.

Investir no CUIDA é investir num setor com crescimento estrutural, num modelo diferenciador e numa equipa com visão, compromisso e capacidade de execução.

**Envelhecer é inevitável.
Mas envelhecer com qualidade
é uma escolha. E o CUIDA torna
essa escolha possível.**

Alexei Panyushkin

panyushkin.alexei@gmail.com

A EBITDA+ é uma consultora portuguesa especializada em optimização de custos empresariais, operando exclusivamente com um modelo de “success fee” (fees por sucesso). Ou seja, a remuneração da EBITDA+ provém apenas de uma percentagem das poupanças efetivamente alcançadas pelos clientes, eliminando o risco financeiro inicial para estes. A empresa foca-se na gestão de compras e fornecedores e destaca-se por atuar num leque mais amplo de categorias de custo (incluindo matérias-primas, estratégias de hedging financeiro e renegociação de dívida bancária) e por oferecer flexibilidade na duração de cada projeto, adaptando-se às necessidades específicas de cada cliente.

A EBITDA+ opera em regime de exclusividade no território nacional, permitindo aos seus sócios plena liberdade para desenvolver relações comerciais com qualquer cliente potencial, sem restrições internas ou necessidade de autorização prévia. Este modelo contrasta com o de outras consultoras do setor, onde a prospeção é frequentemente limitada por regras internas de atribuição de contas, o que confere à EBITDA+ maior agilidade comercial e capacidade de resposta ao mercado.

Nos primeiros 5 anos, a EBITDA+ ambiciona um crescimento sustentável com objetivos financeiros claros: conquistar 3 clientes no primeiro ano completo de operação e atingir cerca de € 800k de faturação anual ao final do quinto ano. As projeções financeiras indicam que o negócio pode tornar-se rentável já a partir do segundo ano, graças a uma estrutura de custos inicial enxuta (apenas 3 consultores remunerados e despesas operacionais mínimas) e ao modelo de receitas 100% variável. Prevê-se o início das operações em Julho de 2025, com os primeiros recebimentos de fees a partir de Janeiro de 2026 (considerando um ciclo médio de 6 meses entre o início do projeto e a implementação das poupanças no cliente). Adicionalmente, o Valor Atual Líquido (VAL) projetado no cenário-base é de aproximadamente €428.724, mesmo com uma estrutura de clientes moderada, o que comprova a atratividade financeira da iniciativa. O VAL atinge €1.128.971 no cenário otimista, refletindo o forte potencial de escalabilidade do modelo; por outro lado, o cenário conservador, com menor tração comercial, gera um VAL negativo de €38.107, o que reforça a importância de garantir uma cadência mínima de crescimento para assegurar retorno positivo.

EBITDA+

Fundada pelos sócios Sócio Reputacional, Sócio Comercial e por Alexei Panyushkin – Sócio-Gerente e Operacional, a sociedade conta com três sócios, cada um detendo 33% do capital. Os sócios Reputacional e Comercial são acionistas de renome, com experiência comprovada em desenvolvimento de negócio e trazem uma vasta rede de contactos empresariais no mercado português.

A oportunidade de mercado para a EBITDA+ é significativa. Num contexto de elevada pressão económica (inflação, subida de taxas de juro, margens de lucro apertadas), a redução de custos tornou-se prioridade estratégica, mas muitas empresas não conseguem atingir as suas metas de poupança de forma consistente. A consultoria da EBITDA+ preenche essa lacuna, oferecendo know-how aprofundado em otimização de despesas e uma abordagem personalizada que alia as melhores práticas de procurement à realidade de cada cliente. O principal concorrente identificado é a ERA Group (líder global em redução de custos), que provou o potencial do mercado português ao expandir para 226 empresas clientes em 2024. Contudo, a EBITDA+ posiciona-se com uma proposta de valor diferenciada e ajustada às necessidades não cobertas pelas firmas existentes.



Daniel Santos

daniel.santos@adegamayor.pt

Sara Madureira

sarasmadu@gmail.com

Susana Maia

susanamaia.lopes@bayer.com

Vasco Mano

vascomano@gmail.com

A FEMINA é uma plataforma digital inovadora que oferece serviços e produtos personalizados para mulheres em (peri)menopausa, um segmento que representa 12% da população portuguesa e mais de 1,2 milhões de mulheres. Através de uma abordagem integrada — que inclui consultas online, rastreamento de sintomas, testes hormonais e suplementos personalizados — a FEMINA propõe-se preencher uma lacuna importante no mercado: a falta de soluções acessíveis, credíveis e centradas na mulher nesta fase da vida.

A proposta de valor da FEMINA assenta em:

- > Acesso digital a especialistas clínicos (ginecologistas, nutricionistas e psicólogos)
- > Monitorização inteligente dos sintomas com algoritmos de personalização
- > Venda de suplementos personalizados com base no perfil hormonal e sintomatológico
- > Comunidade digital e conteúdos educativos, disponíveis 24/7

O mercado global da menopausa foi avaliado em 17,66 mil milhões USD (2024), com previsão de atingir 27,63 mil milhões USD até 2033 (CAGR 5,1%). Em Portugal, só o mercado de produtos de venda livre dirigidos à menopausa vendidos em farmácias atingiu 11,8 milhões de euros em 2024, com um crescimento anual de 13%. O público-alvo inicial da FEMINA são 211.200 mulheres de classe média-alta, com acesso digital e sintomatologia ativa, representando o nicho mais predisposto a soluções digitais personalizadas.



A concorrência é fragmentada, composta por serviços prestados por hospitais privados (CUF, Luz, Lusíadas), clínicas de *anti-aging* (>200€/consulta) e novas iniciativas da Wells. No entanto, nenhuma oferece uma solução digital integrada, com algoritmos personalizados, modelo *freemium* e entrega ao domicílio. A FEMINA diferencia-se por oferecer um ecossistema completo, com experiência personalizada, centralizada e contínua.

O investimento inicial necessário é de 150.000 €, aplicado em:

- > Desenvolvimento tecnológico (MVP e funcionalidades completas)
- > Marketing digital e aquisição de utilizadoras
- > Contratação de corpo clínico especializado
- > Criação de marca e *packaging*

A TIR prevista é de 22%, com um período de payback de 3 anos. A análise económico-financeira prevê rentabilidade a partir de 2028, com um VAL positivo de 1.710.200 € (com taxa de desconto de 8%), forte crescimento do EBITDA e redução total da dívida de longo prazo até 2029.

A equipa fundadora integra quatro profissionais com experiência complementar nas áreas de saúde, marketing farmacêutico, estratégia digital e finanças, apoiada por consultores clínicos e tecnológicos. Esta combinação assegura competência, agilidade e visão estratégica, reforçada por parcerias com a Associação Portuguesa de Menopausa e sociedades científicas.

Filipa Silva

filipabritodasilva@gmail.com

Paulo Conde

paulo6x@gmail.com

Tânia Alves

tania.alves@opart.pt

Tiago Firmino

tiagofirminoribeiro@hotmail.com

A Gallop Shelter é uma alternativa ao abate dos equídeos e ao entorpecimento dos animais, uma solução que alia o bem-estar do animal, o descanso e monitorização por parte do seu proprietário, a preservação da natureza e a alegria que proporcionará a outros através da hipoterapia.

Localizada no Monte Curral, em Almodôvar, pretende dar uma resposta efetiva aos cavalos nos últimos anos de vida nos 77 hectares que tem disponíveis. Com uma temperatura média anual equilibrada, a localização do monte privilegia as condições ideais para permitir aos cavalos usufruir das pastagens o máximo de tempo diário possível.

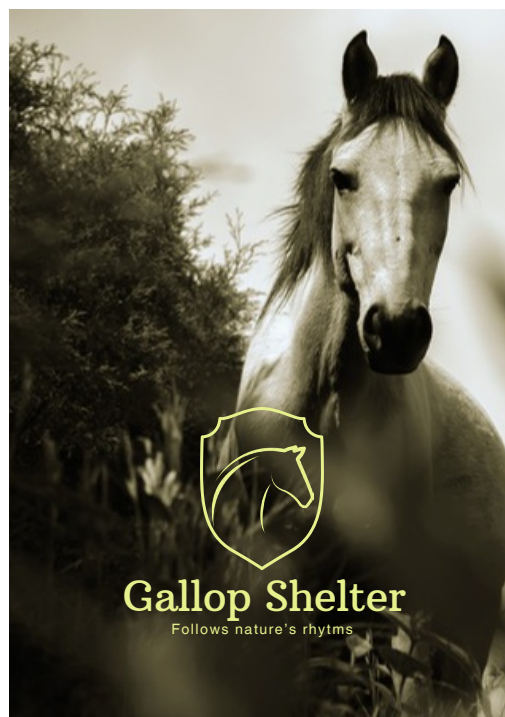
Sabemos que os equídeos continuam a ser importante para os seus proprietários, que apesar da idade do mesmo ainda existe um amor forte associado a anos e anos de montagem, de convívio, de vitórias, pelo que queremos que esteja sempre junto dele. Através de uma plataforma digital podem monitorizar o dia-a-dia do seu cavalo, vê-lo na sua *box* ou no campo, no momento de mudar as ferraduras ou na consulta de rotina com o veterinário.

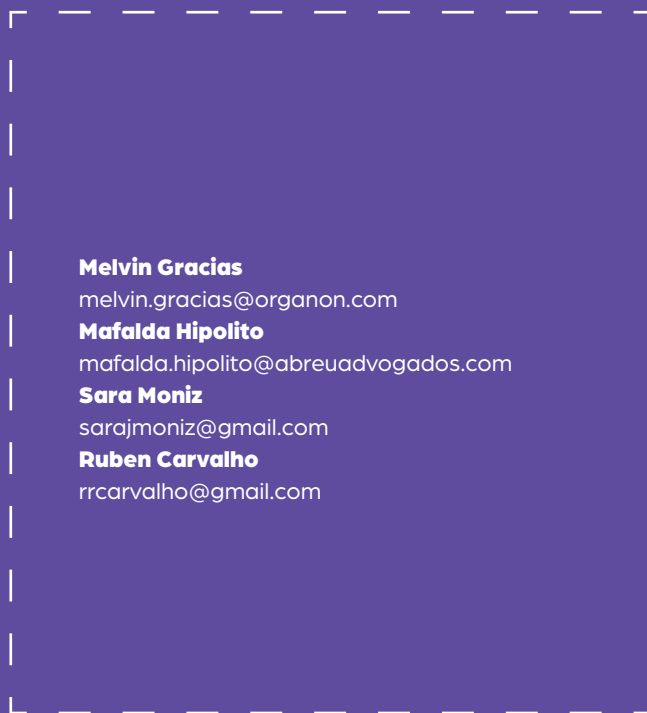


Gallop Shelter
Follows nature's rhythms

Em Portugal, no ano de 2023, o setor apresentava um volume de 99.948 cavalos distribuídos entre 28.764 explorações em território nacional e 231 centros hípicas. A nossa capacidade instalada permite acolher 70 cavalos e a concorrência existente ao nível do serviço que pretendemos implementar revelou-se pouco estruturada e localizada.

Através de uma sociedade por quotas, os cinco sócios promotores pretendem iniciar a sua atividade em setembro de 2025, recebendo os primeiros cavalos em abril de 2026. Com um investimento inicial de 350.000 euros de capitais próprios, esperamos alcançar uma TIR de 61,5% a cinco anos, um VAL de 1,1 milhões de euros e um período de *payback* de 3,06 anos.





Melvin Gracias

melvin.gracias@organon.com

Mafalda Hipolito

mafalda.hipolito@abreuadvogados.com

Sara Moniz

sarajmoniz@gmail.com

Ruben Carvalho

rrcarvalho@gmail.com

MusARt é uma plataforma digital de subscrição mensal que centraliza o acesso a aulas e experiências criativas dentro do mundo da cultura, contempla áreas da música, dança, gastronomia, arte, bem-estar e idiomas.

A proposta de valor da MusARt assenta na democratização da cultura através de uma plataforma integrada, flexível e inclusiva que liga talento local a comunidades urbanas. Mais do que um *marketplace*, é um ecossistema criativo sustentável que transforma cada experiência em valor e cada criador em protagonista.

O projeto responde a um duplo desafio: a oferta cultural urbana é fragmentada e pouco acessível, enquanto muitos criadores enfrentam dificuldades em chegar ao público de forma sustentável. Esta realidade representa uma oportunidade concreta de mercado. Segundo o INE, o setor cultural e criativo movimentou 8,1 mil milhões de euros em 2022, com forte crescimento impulsionado por nómadas digitais, economia criativa e a valorização do tempo livre com propósito. A Forbes Portugal e a *StartUp* Portugal destacam Portugal como destino de eleição para nómadas digitais, enquanto relatórios da EY e Deloitte de 2022 apontam uma procura crescente por experiências culturais com significado.

A MusARt responde a esta oportunidade com uma solução simples e escalável. Através de uma subscrição mensal, os utilizadores têm acesso a um número fixo de check-ins para participar em aulas presenciais de diferentes áreas culturais. A aplicação permite a reserva e gestão das experiências, com curadoria feita pela equipa, garantindo qualidade, diversidade e autenticidade. A proposta inclui ainda a oferta de conteúdos digitais, planos específicos para empresas que desejem integrar cultura no bem-estar corporativo, e parcerias com entidades públicas que promovam inclusão e acesso à educação cultural.

O modelo de negócio baseia-se principalmente em receitas de subscrição B2C, focando-se em profissionais ativos e urbanos e nómadas digitais; complementadas por serviços para empresas (B2B), empresas que promovem programas de bem-estar e aprendizagem contínua e parcerias com instituições públicas como municípios, IPSS, lares e centros comunitários que pretendem promover a inclusão e o envelhecimento ativo através da cultura. A relação com os parceiros criativos é baseada em partilha de receita proporcional ao número de participações, incentivando a qualidade e a diversidade da oferta.



O público-alvo da MusArt são adultos urbanos portugueses e/ou residentes em Portugal, culturalmente curiosos, que procuram experiências significativas que combinem cultura, lazer e bem-estar. Este segmento valoriza autenticidade, flexibilidade e acessibilidade, e encontra na MusArt uma forma prática e enriquecedora de viver a cultura no quotidiano. Estimamos que, entre Lisboa e Porto, o mercado potencial (TAM) ultrapasse os 2 milhões de utilizadores. Com base na nossa capacidade operacional e estratégias de marketing, o *Serviceable Obtainable Market* (SOM) da MusArt atinge até 100.000 utilizadores nos primeiros cinco anos, um número realista, escalável e com elevado potencial de fidelização.

A equipa fundadora da MusART é composta por quatro profissionais com competências complementares e forte orientação estratégica. Rúben de Carvalho, com experiência consolidada em gestão e finanças, assume os cargos de CEO e CFO, liderando a visão global do projeto e a sua sustentabilidade financeira. Mafalda Hipólito, COO, é responsável pela coordenação operacional da plataforma e da rede de parceiros. Sara Moniz, Diretora de *Business Development*, lidera a expansão da MusART através de parcerias institucionais

e estratégias de crescimento. Já Melvin Gracias, como Diretor de marketing e vendas, traz uma abordagem orientada à aquisição de utilizadores, posicionamento da marca e performance comercial.

A MusART encontra-se em fase de validação piloto e, com um capital social de 80.000 euros, procura um investimento de 250.000 euros, em formato de capital de risco, com estrutura societária sob a forma de Sociedade por Quotas (Lda). Os fundos destinam-se à consolidação da infraestrutura tecnológica, aquisição de utilizadores, expansão da rede de parceiros em Lisboa e Porto e desenvolvimento da oferta digital.

Combinando tecnologia, impacto social e uma nova abordagem à fruição cultural, a MusART ambiciona tornar-se uma plataforma de referência no acesso democrático a experiências culturais. A sua visão é simples e transformadora: fazer da cultura uma parte do quotidiano, acessível, flexível e inspiradora. Afinal, “a cultura também se subscreve” e, com a MusART, é possível vivê-la todos os dias.

Cristovão Casemiro

cristherus83@gmail.com

Filipe Murcho

filipe.murcho@gmail.com

José Romão

jose.e.s.romao@gmail.com

Luis Sousa

sousa.luismiguel@sapo.pt

Mafalda Oliveira

mafaldaamoliveira@hotmail.com

E se pudéssemos transformar a escassez de profissionais no setor da farmácia comunitária numa oportunidade de inovação e eficiência?

A escassez de profissionais qualificados tornou-se uma preocupação estrutural a nível global, afetando gravemente setores estratégicos como tecnologia, engenharia, educação e, de forma crítica, o setor da saúde. Este fenómeno resulta de múltiplos fatores: envelhecimento da população ativa, desfasamento entre as competências formadas e as exigidas, rigidez nos sistemas educativos e forte mobilidade internacional de talento. A saúde, em particular, enfrenta uma crise de sustentabilidade: a procura crescente por cuidados — impulsionada pelo envelhecimento populacional e pela prevalência de doenças crónicas — supera largamente a capacidade de resposta dos sistemas atuais.

Neste contexto, a formação insuficiente de novos profissionais, o desgaste emocional das funções, a precariedade das condições laborais e a migração de talento para o estrangeiro criam um desequilíbrio profundo. Médicos de família, enfermeiros, técnicos de diagnóstico e cuidadores geriátricos são alguns dos perfis mais afetados, comprometendo a qualidade dos serviços e aumentando os riscos

para a população. Como resposta, têm sido implementadas medidas como incentivos à requalificação, aposta em tecnologia (ex.: telemedicina), melhorias nas condições contratuais e mobilidade internacional regulada.

Este cenário aplica-se de forma muito evidente ao setor farmacêutico português. As cerca de 3.000 farmácias comunitárias enfrentam desafios operacionais profundos: a legislação impõe o cumprimento de 50 horas semanais, mas, na prática, muitas farmácias alargaram ainda mais o horário para responder à pressão concorrencial — o que exige duplicação de equipas, com impacto direto no recrutamento. A situação é agravada pela migração de profissionais para a indústria farmacêutica ou outros setores com melhores perspetivas de carreira.

Simultaneamente, há milhares de profissionais de farmácia (farmacêuticos, técnicos e técnicos auxiliares) que gostariam de prestar serviços adicionais em regime flexível, mas que enfrentam barreiras contratuais, assim como a ineficiência dos canais tradicionais de recrutamento, e ainda a inexistência de canais eficazes para ligação direta com as farmácias.



PharmaMatch

É neste contexto que surge a PharmaMatch — uma plataforma digital concebida para fazer o matching inteligente e ágil entre farmácias e profissionais de farmácia disponíveis para trabalhar por hora, turno ou projeto. Inspirada em modelos como *Uber* e *Tinder*, a PharmaMatch permite que:

- > As farmácias publiquem oportunidades de trabalho com base nas suas necessidades imediatas;
- > Os profissionais selecionem e aceitem apenas as oportunidades que se enquadram na sua disponibilidade e localização;
- > Todo o processo seja simplificado, transparente e suportado por avaliações bidirecionais, gestão contratual e segurança jurídica.

A proposta de valor da PharmaMatch é clara: proporcionar uma solução escalável, acessível e eficaz para um problema estrutural.

O modelo de negócio combina fontes de receita fixas e variáveis (adesão, comissões, planos premium e publicidade), garantindo sustentabilidade económica desde os primeiros anos de operação.

A plataforma encontra-se em fase avançada de desenvolvimento e conta com uma equipa fundadora multidisciplinar, com experiência sólida em saúde, tecnologia, gestão e operações.

Além de responder a uma preocupação real no setor farmacêutico, a PharmaMatch representa uma oportunidade de crescimento transversal, podendo ser expandida a outros contextos com características semelhantes — como clínicas, hospitais, rastreios, ou outros setores com elevada rotatividade de recursos humanos.

Com um potencial de escalabilidade nacional e internacional, a PharmaMatch posiciona-se como um catalisador de inovação, produtividade e valorização profissional no setor da saúde. É uma resposta eficaz, moderna e orientada ao impacto — económico, social e organizacional.

Vera Pereira

costapereira.vera@gmail.com

O negócio da thempathy.store (TES) assenta no desenvolvimento de soluções de vestuário sensorialmente adaptadas, integrando design funcional, tecidos *sensory-friendly* — como o Modal — e a incorporação de elementos gamificados como os fidgets. Esta abordagem visa não só minimizar a sobrecarga sensorial e emocional, mas também reforçar a autonomia, o conforto e a identidade de cada consumidor.

A oportunidade financeira que a TES pretende explorar apresenta-se como estruturalmente robusta e estrategicamente diferenciadora.

O segmento europeu de vestuário adaptativo para crianças foi avaliado em 404 milhões de dólares em 2023, projetando-se um crescimento anual composto (CAGR) de 8%. Este mercado, ainda emergente, revela um potencial significativo, sobretudo tendo em conta os 13,7 milhões de crianças na União Europeia com características neurodivergentes, um grupo amplamente negligenciado pela indústria tradicional do vestuário.

A TES ambiciona atingir, no horizonte de cinco anos, um volume de negócios superior a 1,5 milhões de euros, sustentado por um modelo comercial omnicanal meticulosamente desenhado. O canal direto, através de *e-commerce* próprio, será o principal motor de vendas, assegurando margens elevadas, maior controlo sobre a experiência do consumidor e a fidelização da comunidade.



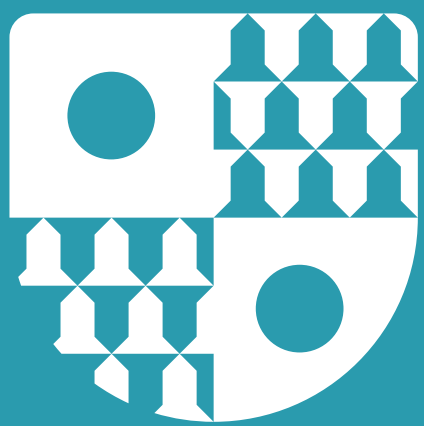
Esta plataforma será reforçada posteriormente com uma presença estratégica em *marketplaces* de elevada notoriedade, visando aumentar a visibilidade da marca e acelerar a penetração em mercados-chave.

Finalmente, será explorada a entrada no retalho físico através de linhas de marca branca, permitindo um alargamento da base de consumidores sem diluir o posicionamento *premium* da marca própria.

A estratégia comercial será alavancada por um plano de marketing robusto, ancorado em três pilares essenciais:

- > *founder marketing*, capitalizando o envolvimento autêntico e emocional da fundadora com a comunidade,
- > *brand trust*, promovendo a validação por profissionais de saúde e cuidadores, e
- > publicidade paga altamente segmentada, orientada para a conversão e expansão da notoriedade.

Esta combinação permitirá à TES consolidar uma marca com impacto social, emocionalmente relevante e comercialmente sustentável.



AESE BUSINESS SCHOOL

PREPARAMOS
LÍDERES

