

Prémio máxima MULHER DE NEGÓCIOS 2012

À semelhança de 2011, a Máxima volta a realizar o Prémio Máxima Mulher de Negócios, criado há duas décadas pela fundadora e antiga diretora da revista, Madalena Frago. Este prémio conta com o apoio do Jornal de Negócios. POR RITA LÚCIO MARTINS

CATEGORIAS DO PRÉMIO

Mulher de Negócios do Ano. Destinado a empresárias, presidentes e administradoras de empresas, mulheres que atingiram o topo das suas carreiras e que estão na primeira linha da liderança das empresas.

Executiva do Ano. Destinado a diretoras e executivas de primeira linha, bem como a empreendedoras que estão a caminho do topo, constituindo a próxima geração de líderes.

PROCESSO DE SELEÇÃO

1. Escolha das nomeadas: um júri constituído pelos diretores de publicações económicas e pelos editores de economia e de negócios dos *media*, presidido pela diretora da *Máxima*, Laura Luzes Torres, fez uma pré-seleção de 21 nomeadas para as duas categorias do prémio.

2. Seleção das finalistas: as listas de nomeadas serão agora postas à votação das leitoras e leitores da *Máxima* e do *Jornal de Negócios* num site criado espe-

cialmente para o efeito: mulherdenegocios.maxima.xl.pt.

Cada uma destas duas etapas terá uma ponderação de 50 por cento.

As três primeiras nomeadas em cada categoria passarão à fase final de seleção.

3. Apuramento da vencedora: um júri composto pelas anteriores vencedoras do Prémio Máxima Mulher de Negócios, presidido pela diretora da *Máxima*, escolherá as vencedoras de entre as três finalistas de cada categoria.

Júri

O primeiro júri deste Prémio, responsável pelo apuramento das 21 nomeações que encontrará nas páginas seguintes, foi presidido por **Laura Luzes Torres**, diretora da revista *Máxima* (com voto de qualidade) e constituído por especialistas, cujos currículos aqui ficam.

Camilo Lourenço. Começou por ser jornalista na secção de Economia do *Semanário* (1987), editor de Economia da Rádio Correio da Manhã, redator principal do *Semanário Económico* e coordenador da secção Nacional do *Diário Económico*, de que foi um dos jornalistas fundadores. Foi diretor adjunto e depois diretor da *Valor*, revista que ajudou a fundar em 1992, editor de Economia da Rádio Comercial e diretor editorial de várias revistas da Editora Abril/Controljornal, bem como comentador de assuntos económicos da Rádio Capital. Dirigiu a revista *Mais-valia* entre 2003 e 2005. Hoje, é comentador da RTP e RTP Informação, apresentando o programa *A Cor do Dinheiro* desde 2007, ano em que se tornou colunista do *Jornal de Negócios*. Comentador de assuntos económicos do Rádio Clube Português (RCP, 2008 a 2010), onde apresentava *Moneybox* e *A Cor do Dinheiro*, bem como da Media Capital Rádios. Com o fim do projeto RCP, passou para a Rádio M80, onde apresenta os dois programas herdados do RCP. É ainda comentador da TVI, onde apresenta, no programa *Você na TV*, a rubrica *Contas na TV*. Docente universitário, lançou em 2009 o seu primeiro livro a solo, *Como Esticar o Salário e Encurtar o Mês*. Tem-se dedicado também a fazer palestras em diversas organizações, nacionais e internacionais, sobre a atualidade económica e gestão.

Cristina Ferreira. Jornalista de Economia do jornal *Público*, completou o curso da Escola Superior de Educadores de Infância Maria Ulrich, tendo trabalhado em várias

escolas como educadora de infância. Seguiu-se o curso de Economia Internacional no ISEG-Instituto Superior de Economia e Gestão (1987). Começou a dedicar-se ao jornalismo em 1987, no *Semanário Económico*. Entrou para o *Público* em 1989, antes do lançamento do jornal, onde desde 2000 é grande repórter. Em 2011, conquistou o Prémio Excelência no Jornalismo Económico, atribuído pela primeira vez pela Ordem dos Economistas.

Graça Franco. Licenciada em Economia pela Universidade Católica Portuguesa e pós-graduada em Ciências da Informação pela mesma Universidade, iniciou a sua carreira de jornalista no *Diário de Notícias*, em 1981. Fez parte do grupo de jornalistas fundadores do semanário *Independente*, do jornal *Público* e da TVI, tendo dedicado boa parte da sua carreira à análise económica. Foi docente do Departamento de Comunicação Social da Universidade Nova de Lisboa (entre 1990 e 1997). É desde janeiro de 2009 diretora de Informação da Rádio Renascença, onde foi também jornalista em finais dos anos 80 e diretora-adjunta de Informação (até 2009). Entre outras colaborações com vários *media*, foi colunista do *Público* (2000-2009). Autora do livro *Censura em Portugal 1820-1974* (INCM, 1993). É casada e mãe de cinco filhos.

Isabel Canha. Diretora da revista de economia e negócios *Exame* desde setembro de 2003, é licenciada em Direito pela Faculdade de Direito de Lisboa. Começou como colaboradora da secção de Economia do jornal *Semanário* (1988), integrando depois a equipa fundadora das revistas *Exame* (1988) e *Fortuna* (1991). Em 1996, transitou para a *Executive Digest*, onde exerceu funções de editora-chefe e no âmbito da qual desenvolveu o suplemento trimestral *Executiva*. Foi diretora da revista *Cosmopolitan* (a partir de 2000). É autora de *As Mulheres Normais*

Têm Qualquer Coisa de Excepcional (2009, Bertrand) e, com Filipe S. Fernandes, de *António Champalimaud - Construtor de Impérios* (2011, Esfera dos Livros).

João Vieira Pereira. Jornalista desde 1998, começou a sua carreira no *Jornal de Negócios*. Formado em Economia, esteve quase sempre ligado ao jornalismo económico e financeiro. Em 2004, assumiu a direção do *Semanário Económico*, onde trabalhava desde 2001. Em 2006, ingressou no *Expresso*, como editor de economia, onde permanece como diretor-adjunto responsável pela área económica. No *Expresso*, foi ainda editor executivo do caderno principal.

Maria João Vieira Pinto. Diretora editorial das revistas *Executive Digest* e *Marketeer*, foi editora desta última entre 1999 e 2007. Formada em Línguas e Literaturas Modernas pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, foi jornalista e editora nas áreas de Política e Economia no jornal *O Comércio do Porto* (1992 a 1999). Colaborou nos Cadernos de Management da revista *Prémio*, foi editora da revista da companhia aérea Air Luxor e da revista interna do Grupo José de Mello, bem como colaboradora da revista *Seleções do Reader's Digest*.

Pedro Santos Guerreiro. Jornalista, 38 anos, é diretor do *Jornal de Negócios*, de que foi um dos fundadores em 1997. MBA pela Universidade Nova e licenciado em Gestão pelo Instituto Superior de Gestão, publica diariamente artigos noticiosos e de opinião no *Jornal de Negócios*. É colunista da revista *Sábado* e do jornal *Record*. É ainda comentador da RTP e da Antena 1, participando regulamente noutras estações de televisão e rádio. Publicou em dezenas de títulos de imprensa, em Portugal, Espanha e Inglaterra, bem como em livros de gestão, economia e política.

Agora, chegou a sua vez de votar!

Leia tudo sobre as 21 nomeadas nas páginas seguintes, faça a sua seleção para cada uma das categorias do prémio e no site mulherdenegocios.maxima.xl.pt contribua para a escolha da **Mulher de Negócios do Ano** e da **Executiva do Ano** através dos seus dois votos. A *Máxima* e o *Jornal de Negócios* agradecem a sua participação!



NOMEADAS | MULHER DE NEGÓCIOS DO ANO

Ana Paula Marques

Presidente da APRITEL e administradora executiva da Optimus

“O empreendedorismo é um motor de MUDANÇA ECONÓMICA, tecnológica e social, essencial à recuperação económica, ao crescimento e ao EMPREGO.”



Presidente da APRITEL (Associação dos Operadores de Comunicações Eletrónicas) e administradora executiva da Optimus, com a responsabilidade dos pelouros de Residencial, Serviço ao Cliente e Operações e Gestão de

Fraude, Ana Paula Marques é formada em Economia pela Universidade do Porto, possuindo ainda um MBA pelo INSEAD. Iniciou a sua carreira na Procter & Gamble, onde trabalhou as marcas Pantene e Fairy. Foi diretora de Marketing e Vendas da Unidade de Negócio Particulares Móvel, tendo também assumido, na Optimus, funções de diretora de Marca e Comunicação e diretora da Unidade de Negócio de Dados.

Como fomentar o empreendedorismo num país em crise?

O contexto de crise provoca vários impactos no ecossistema empreendedor. Desde logo, porque coloca pressão acrescida no acesso a capital, dificulta a criação de *start-ups*. Mas, em certas camadas de talento, a crise que hoje atravessamos torna a via do empreendedorismo mais estimulante. Para que vingue é necessário desenvolver uma estratégia holística que cubra os eixos de atuação relevantes. Por exemplo: promoção do acesso a capital, assente numa avaliação criteriosa de projetos, desburocratização de processos, criação de políticas fiscais e de emprego mais favoráveis, exposição dos negócios a investidores nacionais e internacionais, promoção de redes de empreendedores e é importante assegurar o futuro. Garantir que o sistema de educação cria uma cultura de empreendedorismo, assente em iniciativa e inovação.

Há diferenças essenciais na gestão no feminino e no masculino?

Acredito na gestão e na liderança de excelência, independentemente de estas serem femininas ou masculinas. A diversidade é um ativo estratégico que promove o talento, a mudança, a criatividade e a capacidade de resolver problemas. O género é mais uma variável nessa diversidade. Um bom líder reúne competências *hard* e *soft* num equilíbrio que inspira as pessoas e as equipas a darem o melhor de si, com paixão, energia e atitude.



Doutorada em Economia pela Universidade Católica de Louvain (Bélgica) e pela London School of Economics (Reino Unido), a presidente da Autoridade Nacional para as Comunicações é também professora na

Universidade Católica Portuguesa desde 1992, instituição onde se licenciou em Economia. Nos últimos oito anos, foi diretora da Católica Lisbon School of Business & Economics. Fátima liderou o processo de acreditação internacional da Faculdade que, em 2007, foi a primeira *business school* portuguesa a obter a Triple Crown. Nesse mesmo ano, a Católica Lisbon integrou os *rankings* do *Financial Times* para as melhores escolas de gestão do mundo na formação de executivos. Recentemente, assumiu os cargos de presidente da Comissão Especial para a Privatização da EDP, membro não executivo do Conselho de Administração da EUROPAC, Papeles & Cartones da Europa, SA, Madrid, presidente do Conselho Consultivo do Observatório de Sustentabilidade Empresarial do BCSD Portugal. Preside ao órgão regulador das comunicações eletrónicas e serviços postais desde maio de 2012.

Como fomentar o empreendedorismo num país em crise?

Ensinar os indivíduos a fazerem o seu plano de negócios. Não pode haver empreendedorismo sem ideias e estas só podem ser postas em prática com sucesso se forem desenvolvidas e implementadas com profissionalismo. Para isso, é necessário conhecimentos básicos de gestão que permitam fazer uma avaliação do projeto e da sua viabilidade. Acesso a capital: tem de haver acesso a financiamento e daí a importância de disponibilizar linhas de crédito de apoio ao investimento.

Há diferenças essenciais na gestão no feminino e no masculino?

Não existem diferenças essenciais mas existem algumas. As mulheres ocupam cargos de gestão motivadas mais pelo desempenho de uma missão do que pelos jogos de poder, mais característicos dos homens. As mulheres têm maior capacidade para atenuar o nível de conflito.

Fátima Barros

Presidente da ANACOM

“Em muitas situações, as mulheres são mais AUDAZES, tendo menos receio em tomar decisões MAIS ARRISCADAS quando o insucesso pode ser entendido como uma derrota pessoal.”



NOMEADAS | MULHER DE NEGÓCIOS DO ANO

Isabel Reis

Diretora-geral da EMC Portugal

Na vida pessoal e profissional, rege-se por uma regra de ouro: "Ser muito FIEL aos meus PRINCÍPIOS, que é o que nos define e enquadra como ser humano!"

Na EMC Portugal desde 2000, Isabel Reis assumiu a liderança da empresa, enquanto diretora-geral, em janeiro de 2009, tendo antes desempenhado o cargo de Channel & Commercial Sales Manager. Licenciada em Marketing

pelo INEPI e com uma pós-graduação em Marketing pela Universidade Católica, iniciou a sua carreira como Marketing Communications Specialist na Oracle Portugal, passando depois pela Software AG Portugal, como diretora de Marketing e Parceiros. Antes de integrar a equipa da EMC, foi Marketing Director da Informix Portugal. Tem dois filhos (uma rapariga e um rapaz, com 26 e 18 anos), gosta de viajar e é uma fervorosa adepta do Benfica.

Como fomentar o empreendedorismo num país em crise?

Mais do que em qualquer outro contexto, o empreendedorismo é fundamental numa conjuntura de crise. O país precisa de pessoas e ideias inovadoras e arrojadas, que criem novas oportunidades, contribuam para a notoriedade do país e gerem emprego. São necessários empreendedores que arrisquem, com responsabilidade, e alavanquem e estimulem a economia. Além disso, o empreendedorismo pode e deve ser uma forma de estimular a exportação de produtos, serviços e conceitos nacionais, ajudando a implantar a marca "Portugal" no mundo.

Há diferenças essenciais na gestão no feminino e no masculino?

Acredito que sim! As mulheres são muito perseverantes a liderar os seus projetos e a levá-los até ao final. Temos uma capacidade inata para a multitarefa, seja na vida pessoal, ou profissional, o que incondicionalmente nos obriga a uma enorme gestão de tempo e organização. Além disso, acredito que as mulheres são muito flexíveis, nomeadamente na gestão de equipas, identificando com mais facilidade as capacidades e expectativas dos elementos que as compõem e antecipando eventuais problemas. Na EMC, onde a equipa é maioritariamente composta por homens, é também obrigatório ser direta e assertiva!





Licenciada em Filologia Românica pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Maria Cândida Rocha e Silva iniciou a sua atividade profissional em 1970, na L. J. Carregosa & C^a, Lda., empresa

fundada em 1833 por Lourenço Joaquim Carregosa, para negociar em divisas. O seu percurso profissional desenvolveu-se no setor financeiro e nas áreas relacionadas com o mercado de capitais. Maria Cândida foi a primeira Corretora Oficial da Bolsa Portuguesa, com início de atividade registado em 1981, na B.V.P., presidente da Corretora LJ Carregosa e, mais tarde, da LJ Carregosa, Sociedade Financeira de Corretagem, que opera sob a marca Gobulling. Vive no Porto e é presidente do Conselho de Administração do Banco Carregosa, eleito o melhor na categoria de Banca Privada em Portugal em 2012, pela *World Finance*.

Como fomentar o empreendedorismo num país em crise?

A melhor forma de motivar os empreendedores é mostrar-lhes que o mérito, o esforço e o risco são recompensados. E isto consegue-se com bons exemplos. Em Portugal, não somos incentivados a correr riscos, a falhar e começar de novo. Estou certa de que as novas gerações vão mudar esta herança.

Há diferenças essenciais na gestão no feminino e no masculino?

Por muito que o mundo tenha evoluído, há ainda um fator que penaliza as mulheres e que são as suas responsabilidades familiares. Sei que a sociedade moderna já aceita melhor o papel da mãe trabalhadora, mas temos de ser realistas: as mulheres têm uma sobrecarga com o bem-estar da sua família que o homem mais facilmente consegue delegar. De resto, não vejo diferenças de relevo. Sempre que me perguntam, tenho de responder, honestamente, que nunca senti discriminação. Acho que homens e mulheres, desde que tecnicamente preparados, e com o mesmo respeito pela ética e pelas pessoas, conseguem gerir igualmente bem uma empresa.



Maria Cândida Rocha e Silva

Presidente do Conselho de Administração do Banco Carregosa

“Só com uma verdadeira MERITOCRACIA, a vários níveis, podemos ambicionar a ter mais EMPREENDEDORES.”



Manuela Tavares de Sousa

CEO da Imperial

“As mulheres que ocupam cargos de chefia possuem um forte perfil ANALÍTICO, uma maior SENSIBILIDADE na gestão de processos e relações interpessoais e uma grande capacidade de PLANEAMENTO.”



Licenciada em Engenharia Química pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, ingressou na Imperial em 1984, dedicando-se à área da Investigação e Desenvolvimento. Em 1985, e depois de um curso na conceituada Zentralfachschull der Deutschen Subwarenwirtschaft, na Alemanha, especializou-se na área do chocolate e produtos de confeitaria. Após o regresso a Portugal, inscreveu-se no curso de Ciências Farmacêuticas na Universidade do Porto, com o objetivo de adquirir conhecimentos nas áreas alimentar e nutricional. Simultaneamente, consolidou o seu percurso na Imperial: assumiu a Direção do Departamento de Processo de Fabrico e, mais tarde, a Direção de Desenvolvimento e Qualidade, e ainda a Direção de Exportação e Contract Manufacturing. Em 2001, foi nomeada CEO, desafio que aceitou apostando na inovação, na diferenciação e na competitividade. Desde então, a Imperial não só aumentou o seu portefólio de produtos como conquistou posições de liderança e novos mercados.

Como fomentar o empreendedorismo num país em crise?

Em períodos de crise, e apesar das adversidades, surgem oportunidades de negócio que devem ser aproveitadas. Há que analisar o mercado e adequar a oferta às necessidades dos consumidores, mais exigentes e atentos a produtos e serviços que lhes proporcionem valor acrescentado. A aposta no empreendedorismo é vital para a recuperação da economia. Os empresários nacionais têm demonstrado grande capacidade de resiliência à conjuntura, apostando na inovação e na diferenciação da oferta, com muitas marcas a conquistarem os mercados internacionais.

Há diferenças essenciais na gestão no feminino e no masculino?

Acredito que a liderança no feminino tem particularidades que contribuem decisivamente para o sucesso das organizações, fomentando ideias e a obtenção de diferentes perspetivas, que acrescentam valor às empresas.



Licenciada em Direito pela Universidade Católica Portuguesa de Lisboa, Maria João Ricou é sócia diretora da Cuatrecasas, Gonçalves Pereira. Nos últimos anos, prestou assessoria jurídica em operações de financiamento através

da emissão de dívida, simples ou estruturada, *project finance* na área das concessões rodoviárias, *leasings* domésticos e *cross border*, ofertas públicas de distribuição e de aquisição. Advogada recomendada por diferentes diretórios jurídicos, como Chambers Global, Chambers Europe, IFLR e Plc Which Lawyer em Banking & Finance e Capital Markets, é Membro da International Bar Association (IBA), autora de vários artigos na área do Direito Financeiro e Mercado de Capitais e oradora em conferências nacionais e internacionais.

Como fomentar o empreendedorismo num país em crise?

Através de medidas que contribuam para um mercado mais competitivo, eficiente e transparente. Sublinho a importância das medidas legislativas relativas, por exemplo, ao regime laboral, lei da concorrência, processo de insolvência e reforma judiciária. É um processo que já foi iniciado, mas que não é fácil e em que ainda há muito a progredir no sentido de criar um enquadramento jurídico adequado, gerador de condições propícias, capazes de motivarem e promoverem iniciativas empreendedoras.

Há diferenças essenciais na gestão no feminino e no masculino?

Reconheço que há alguns traços que me parecem mais característicos de uma gestão feminina (e referindo só os que considero positivos!), tenho constatado que, enquanto os homens, normalmente, são mais cartesianos, as mulheres, em geral, têm uma maior elasticidade e melhor capacidade de adaptação perante uma alteração de circunstâncias. E, claro, a proverbial "intuição feminina" e a superior capacidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo, diariamente testada com a acumulação das responsabilidades e de gestão da "PME doméstica"!

Maria João Ricou | Sócia diretora da Cuatrecasas, Gonçalves Pereira

“A ATITUDE e o comportamento de cada gestor tem fundamentalmente a ver com o seu carácter e maneira de ser, condicionados, em maior ou menor grau, pela própria ORGANIZAÇÃO, pelo setor de atividade, além do familiar e social.”

Paula Adrião | Senior executive da Accenture

“O empreendedorismo também se aprende e desenvolve. É crítico para o nosso futuro permitir que as NOVAS GERAÇÕES aprendam desde cedo, na escola, a valorizar e desenvolver esta capacidade como qualquer outra disciplina.”

Licenciada em Engenharia de Sistemas, iniciou o seu percurso durante os estudos, o que lhe permitiu retirar maiores benefícios do processo de aprendizagem. É já com experiência nos setores financeiro, de produção e distribuição alimentar que, em 1990, ingressa na Andersen

Consulting (hoje Accenture) como analista. Nos últimos 23 anos abraçou projetos em setores como o Outsourcing e Business Process Outsourcing (BPO), Consultoria de Gestão, Tecnologias de Informação e constituição de serviços partilhados. Em 2000, foi promovida a senior executive, tendo sido nomeada para integrar uma equipa internacional da Accenture, responsável pela conceção e negociação de grandes contratos de Outsourcing na Europa, África e América Latina. É também responsável em Portugal, Angola e Moçambique pela área de BPO.

Como fomentar o empreendedorismo num país em crise?

Num país onde o tecido empresarial é constituído essencialmente por PMEs, podemos dizer que este gene faz parte do nosso ADN, e temos muitos exemplos de empreendedorismo de sucesso. Em termos de mercado, é urgente apoiar os empresários no seu esforço de internacionalização, a pensar os seus produtos para o mercado global, a procurar mercados emergentes. Resumindo, o enfoque na educação, a disseminação do *know-how* necessário, a colaboração empresarial, a concessão de incentivos e a sua monitorização, o alinhamento da política externa com os produtos que temos para oferecer serão alguns dos fatores-chave para o sucesso dos projetos empresariais.

Há diferenças essenciais na gestão no feminino e no masculino?

A liderança moderna tem de ir mais longe e ser exercida de forma interdependente, partilhada e distribuída. De forma geral, podemos dizer que as mulheres possuem um estilo menos formal e hierarquizado de poder e competências relacionais que respondem a estas novas necessidades de liderança. Outra característica geralmente reconhecida às mulheres é a capacidade de gerar confiança e de gerir as expectativas e necessidades em detrimento de uma gestão orientada para os resultados que, sendo uma boa prática, pode, por vezes, esquecer que o principal ativo das organizações são as pessoas.





Formada em Gestão Imobiliária pela Escola Superior de Atividades Imobiliárias (ESAI), a vice-presidente do Grupo Américo Amorim ingressou no Grupo Américo Amorim/Amorim Holding em 1992

e, desde então, desdobra-se entre cargos e compromissos, dispensando uma atenção especial à moda, área que sempre mereceu o seu interesse. Foi graças ao seu empenho e à credibilidade do seu nome que a capital pode contar com a primeira (e única) loja Gucci no país, instalada na Avenida da Liberdade. A criação da holding Amorim Luxury SGPS SA, em dezembro de 2010, serviu precisamente para expandir e diversificar negócios, que incluíam as empresas Amorim Two, Amorim Five e Amorim Fashion, sociedade da qual é acionista única e que detém a marca e lojas Fashion Clinic. Paula é ainda vogal do conselho de administração da Galp Energia e do Banco Único SA, administradora efetiva do Banco Luso Brasileiro, conselheira do Banco Popular e diretora da Amorim Energia e da Tom Ford International, assumindo também outros cargos de gestão, nomeadamente como vogal dos conselhos de administração das várias empresas do grupo.

Como fomentar o empreendedorismo num país em crise?

Mantendo a motivação, interpretando a história e os ciclos difíceis do passado como exemplos vivos de oportunidades para muitas pessoas e empresas. Olhar as dificuldades como desafios. Fomentar a audácia, a criatividade, a diferença e estar atento às mudanças, às novas carências e às novas exigências. E... nunca ter medo!

Há diferenças essenciais na gestão no feminino e no masculino?

Se há, não deveria haver. Um bom gestor não permite que o essencial possa ser visto como uma diferença.



Paula Amorim

Vice-presidente do Grupo Américo Amorim

“O futuro passa por fomentar a audácia, a CRIATIVIDADE, a diferença. Estar atento às mudanças, às novas carências e às novas EXIGÊNCIAS. E... nunca ter medo!”



NOMEADAS | MULHER DE NEGÓCIOS DO ANO

Sandra Correia

Presidente executiva da Nova Cortiça

“Um bom gestor ou líder, independentemente do género, deve ser exigente mas amplo, OUVIR A OPINIÃO dos seus colaboradores e nunca resolver as situações sozinho, isolado. Deve ter em conta a EQUIPA e o seu todo.”



Licenciada em Comunicação Empresarial e mestre em Ciências Económicas, Sandra está a concluir o doutoramento em Ciências Económicas, na Universidade de Huelva. Terceira geração de uma empresa industrial familiar, conhece o universo da cortiça como a palma da

mão, tendo gerido os departamentos de vendas, fornecedores, qualidade e produção da Novacortiça SA. A história da sua marca, a Pelcor, começa com um convite: em 2002, foi desafiada pela Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias a representar Portugal na Feira Internacional de Mulheres Empresárias, onde apresentou o guarda-chuva de cortiça que se viria a tornar um ícone da marca. Exemplo de empreendedorismo, Sandra é oradora em conferências internacionais e uma importante embaixadora do tecido empresarial português, tendo sido considerada pelo Parlamento Europeu e pelo Conselho Europeu das Mulheres Empresárias como Melhor Empresária da Europa em 2011.

Como fomentar o empreendedorismo num país em crise?

Numa época de crise, o empreendedorismo deve ser fomentado pelo próprio empreendedor e não ser imposto. Deve analisar o mercado, perceber as necessidades e criar a sua própria área de negócio com base no pressuposto: Necessidade/Empreendedorismo. Foi assim que nasceu a Pelcor, com base numa necessidade da nossa empresa, criando um nicho de mercado que não existia a nível nacional e internacional. Empreendedorismo aliado à Necessidade.

Há diferenças essenciais na gestão no feminino e no masculino?

Sim, claramente. A gestão no feminino é uma gestão mais aberta e intuitiva, porque a mulher, pela sua própria natureza, é mais intuitiva que o homem mas, ao mesmo tempo, mais exigente, porque se tem uma maior disponibilidade a desafios, filtra melhor toda a informação que recebe e gere-a de forma mais exigente.



NOMEADAS | EXECUTIVA DO ANO



Ana Bela Pereira da Silva

Empreendedorismo é palavra-chave no percurso da presidente da Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias, que defende que o talento não tem género nem pode ser desperdiçado.

Licenciada em Economia pela Universidade Católica e Pós-Graduada em Políticas e Desenvolvimento de Recursos Humanos pelo Instituto

Superior de Gestão, Ana Bela Pereira da Silva apostou na formação e enriqueceu o seu currículo em áreas ligadas à Gestão e à Liderança. Aos 58 anos conta com um percurso marcado por múltiplos desafios, entre eles, a presidência da Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias (desde 1993). Foi técnica, assessora e coordenadora de Equipas nos domínios do Planeamento e Desenvolvimento Regionais (1977-1981), assessora e consultora dos Conselhos de Administração dos Correios

e das Telecomunicações de Portugal (1981- 1991), cofundadora e sócia gerente da CON.PRO, Consultoria e Projectos, empresa de consultoria, onde foi formadora e *coacher* em Gestão Estratégica e de Pessoas. Em 1991, cofundou a EPAR, Cooperativa de Desenvolvimento, Ensino, Formação e Inserção, instituição a que preside desde 1999, ano em que se assumiu como primeira presidente da Federação das Associações de Mulheres empreendedoras da CPLP. "Demonstrar que a criação de um negócio em tempo de crise não só é possível como pode ser uma opção de vida é fundamental. As oportunidades existem sempre e a inovação é, muitas vezes, o recriar de modelos."

Ana Machado

A energia da Marketing Manager do Inter IKEA Centre Group comprova-se no percurso profissional e na atitude. Lutar sempre para ser melhor, mais do que um objetivo, é o seu exercício diário.

Licenciada em Marketing pela Universidade Fernando Pessoa no Porto, Ana Machado desenhou o seu percurso profissional no setor dos centros comerciais. Foi Senior Marketing Assistant no grupo Sonae Sierra (1999-2005), onde tinha a seu cargo a estratégia de marketing e a coordenação de eventos em espaços comerciais. Ingressou depois na equipa do Multi Mall Management como Marketing Manager do Forum Coimbra (até maio de 2009). Mudou-se então para o Inter IKEA Centre Group, um ramo do Grupo IKEA especializado no desenvolvimento e gestão de centros comerciais, criado em 2001. Exerceu funções de

Marketing Manager no MAR Shopping, o maior centro comercial do Grupo IKEA na Europa. Em março de 2011, foi nomeada Marketing Manager para o sudoeste europeu, tendo a seu cargo o planeamento estratégico de marketing e execução do mesmo nos centros comerciais do Grupo em Portugal, Espanha e França. "Fomentar o empreendedorismo é fomentar a criatividade, essa disciplina ainda mais valiosa quando, em tempos como os que vivemos, os recursos são cada vez mais escassos. Se tivermos pessoas motivadas a fazer sempre mais e melhor, a melhorarem as soluções instituídas e já comprovadas, estamos a motivar o empreendedorismo, a qualidade e o crescimento."





Ana Tavares

A Country Head for Portugal do Bank of America/Merrill Lynch tem como função descobrir novas soluções de mercado. Um lema? "Tento ser coerente com os meus princípios."

Licenciada em Gestão pela Universidade Católica, Ana Tavares trocou Lisboa por Londres em 1998, depois de uma breve passagem pelo Banco Santander. Na capital inglesa, passou pela Salomon Smith Barney antes de assumir funções como Analista Financeira na JP Morgan. Voltou a mudar de morada e instalou-se em Nova Iorque. Dedicou-se primeiro à análise dos mercados latinos para a JP Morgan e depois integrou a equipa do Deutsche Bank. Em setembro de 2002 regressa a Londres como Senior Associate da mesma instituição bancária e conclui o Mestrado em Finanças na London Business School.

Entre abril de 2004 e novembro de 2006 assume a vice-presidência da Bear Stearns, que troca depois pela direção da Lehman Brothers. A falência da empresa dita a saída para o Banco Nomura, onde exerce funções como diretora, responsável pela criação de soluções financeiras para Portugal. Em março de 2010 é nomeada Country Head for Portugal do Bank of America/Merrill Lynch. A viver há 13 anos no estrangeiro, Ana constata que somos todos incentivados pela cultura do "Bónus": "Temos de produzir resultados, e isso torna-nos empreendedores. Em Portugal, as pessoas também deviam ter uma maior percentagem da sua compensação em função dos seus resultados."

Belén de Vicente

Diretora executiva do The Lisbon MBA desde 2008, acredita que o sucesso passa pela valorização das características individuais e defende a diversidade na composição das equipas de gestão.

Licenciada em Engenharia Informática pela Universidade Politécnica de Madrid e com um MBA da Universidade Católica Portuguesa, Belén de Vicente lidera o The Lisbon MBA desde 2008, gerindo ainda a parceria entre a Nova e a Católica Lisbon. A sua carreira no setor das Tecnologias de Informação começou em Espanha, onde fundou uma empresa de consultoria técnica e formação. Em Portugal, trabalhou no INESC e nas empresas associadas. Criou a sua própria empresa na área da consultoria de gestão, onde, ao longo de 15 anos, concebeu e implementou projetos em diversos setores. A experiência

permitiu-lhe desenvolver uma combinação de competências de gestão e liderança entre as quais se destacam a capacidade para estabelecer alianças estratégicas, a habilidade para desenhar e lançar iniciativas inovadoras e alavancar o talento das pessoas para produzir resultados. Na sua opinião, promover o empreendedorismo passa por sensibilizar sobre o que é ser empreendedor: "As implicações em termos pessoais e profissionais, os desafios que se colocam, a importância de saber lidar com o falhanço e todo o tipo de barreiras têm de ser vencidos. Tornar-se empreendedor tem de ser uma decisão informada e consciente, nem todos os que querem ser têm perfil para sê-lo."





NOMEADAS | EXECUTIVA DO ANO

Deolinda Nunes

Para a diretora de Relações Corporativas da Nestlé Portugal, o sucesso passa pela capacidade de tentar sem medo de falhar. Foi essa a premissa que a orientou em cada um dos seus passos.

Diretora de Relações Corporativas da Nestlé Portugal, tem a seu cargo as áreas de Relações Institucionais, Criação de Valor

Partilhado, Gabinete de Imprensa, Comunicação Interna e Unidade de Nutrição, Saúde e Bem-Estar. Licenciada em Engenharia Química pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, ingressou na Nestlé em 1993, na sequência da aquisição da Montarroi SA, tendo exercido as funções de diretora da Fábrica do Porto durante quatro anos e da Fábrica de Avanca durante 10 anos. Iniciou o seu percurso profissional na Fábrica de Conservas Pátria, Lda. (1979), de onde saiu para che-

fiar o departamento agroindustrial da Montarroi, SA (1982). Três anos depois, assumiu a direção de produção da empresa, englobando também o departamento de cafés. Além de diversos cursos de Gestão e Auditorias da Qualidade, Gestão da Produção e da Manutenção, frequentou, em 1985, o curso de Finanças para Não Financeiros promovido pelo Management Centre Europe, na Bélgica, e, em 2008, o Programme for Executive Development, em Lausanne, promovido pelo IMD. Para Deolinda, o empreendedorismo, em Portugal, passa sobretudo por uma nova atitude: "É esta tem de começar nos bancos da escola, estimulando o pensamento criativo e o avançar sem medo de falhar."



Fernanda Machado

A presidente da Dress For Success – Vestidas para Vencer faz mais do que ajudar a encontrar a roupa certa para uma entrevista de emprego. O seu objetivo não é mudar visuais, mas vidas.

Fernanda Machado é o rosto nacional da Dress For Success – Vestidas para Vencer, uma organização sem fins lucrativos criada nos

Estados Unidos com o objetivo de ajudar mulheres com baixos rendimentos a entrarem no mercado de trabalho. Para isso, a organização oferece serviços que, em três diferentes fases, ajudam a preparar o momento da entrevista de emprego (fornecendo o guarda-roupa e as ferramentas necessárias para moldar a autoconfiança), apostando no desenvolvimento profissional e consolidando o percurso, promovendo assim a manutenção do posto de trabalho. Formada em turismo pelo ISLA, Fernanda

é o exemplo perfeito de uma empreendedora: foi guia-intérprete, marketing and sales manager, desenvolveu projetos low cost. Quando assistia a um programa de Oprah, tomou conhecimento do projeto Dress For Success e decidiu candidatar-se. Em março de 2011, fundou a filial da organização que já ajudou 125 mulheres. Para Fernanda, fomentar o empreendedorismo passa por investir na inovação, na educação, na formação e apostar nas pessoas. A receita para ser uma executiva de sucesso? "Não se lamente, trabalhe de forma organizada; dê importância aos números, os negócios giram à volta dos seus resultados e da sua equipa. E partilhe o sucesso: ninguém chega ao topo sozinho."

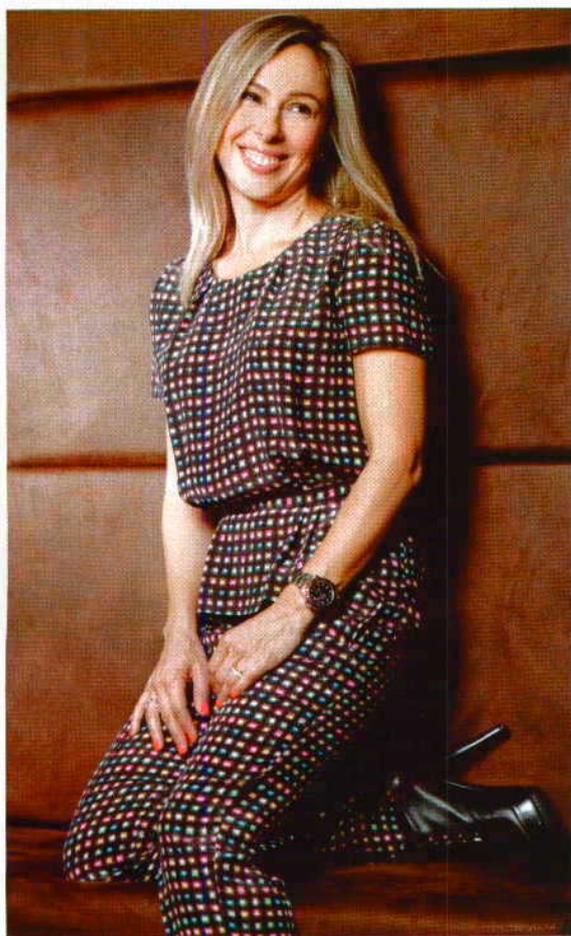
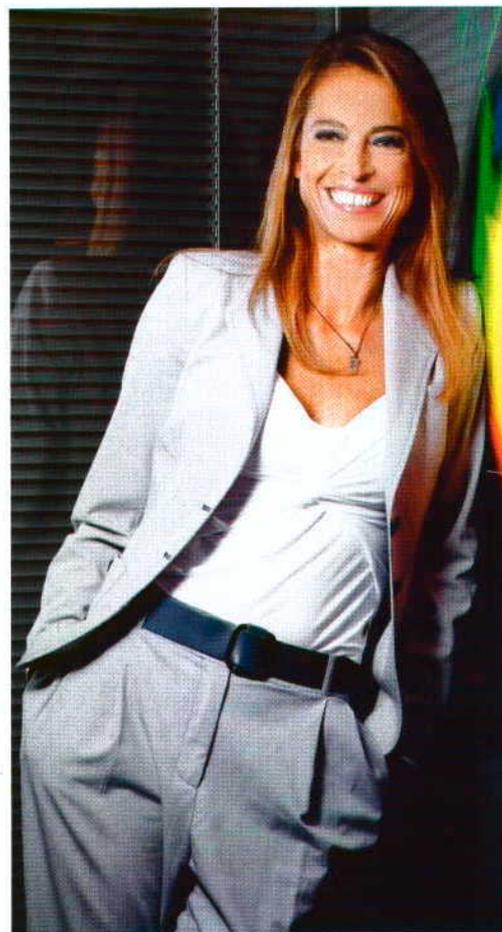


Isabel Calado

A flexibilidade e a polivalência que reconhece na gestão no feminino são, possivelmente, parte do segredo do sucesso da economista que hoje dirige o Departamento de Marketing da Galp Energia.

Natural de Macau, Isabel é formada em Economia pela Universidade Nova de Lisboa. Foi Trainee no Círculo de Leitores (Grupo Bertelsmann), analista financeira de ações cotadas na Bolsa de Valores de Lisboa e, ainda no Banco Mello, responsável de vendas de ações a clientes institucionais nacionais. Entre 1997 e 1998 assumiu funções como diretora de vendas de ações e fundos de investimento a clientes nacionais e internacionais no Banco Privado Português, funções que acabaria por exercer mais tarde, entre 1998 e 2000, no BCP Investimentos. Entre 2000 e 2004 foi Investor Relations e diretora de

Comunicação da SAG SGPS e, em 2004, ocupou o lugar de diretora de marketing da Galp Energia, que exerce até ao presente. E o futuro? "O empreendedorismo é também uma questão profundamente cultural e Portugal ainda tem um longo caminho a percorrer para conseguir o enquadramento adequado ao aumento do empreendedorismo. O papel do estado e dos agentes económicos é, por isso, determinante. Há que promover uma cultura de meritocracia, de maior responsabilização e também de maior propensão ao risco. Para isso, é imprescindível uma melhoria do sistema de justiça e uma maior independência/transparência entre o poder político e o poder económico."



Margarida Sanches

Diretora de Expansão e de New Business da Multifood SA, é a responsável pela estratégia nacional de marcas de consumo como a Vitaminas, a Capri ou a Wok to Walk.

Licenciada em Educação Física e Desporto pela Faculdade de Motricidade Humana e em Ensino Básico pelo Instituto

Piaget, a diretora de Expansão e de New Business da Multifood SA também trabalhou na área da aviação. Hoje, os seus voos passam pela implementação de marcas como a Vitaminas, a Capri, a Milano, a Wok to Walk e a YO! Sushi no nosso país, supervisionando áreas e detalhes que vão das ementas às fardas, passando pelo recrutamento, testes de produto e todo o tipo de campanhas. Para estimular o empreendedorismo, Marga-

rida defende medidas como a criação de um sistema fiscal competitivo e eficiente, a dinamização do sistema nacional de inovação, um licenciamento mais célere, uma legislação laboral cada vez mais favorável ao empreendedorismo e a adequação da educação ao mercado de trabalho. No que respeita às especificidades da liderança no feminino, acredita que as mulheres são, na essência, menos autoritárias: "Somos multifunções e temos uma enorme sensibilidade para motivar equipas e pessoas. Felizmente, ao longo dos anos temos assistido a cada vez mais mulheres em cargos de liderança."



NOMEADAS | EXECUTIVA DO ANO



Rita Nabeiro

Para a diretora-geral da Adega Mayor, um bom líder deve dar o exemplo, saber escutar, ser inspiracional, confiante e apaixonado pela vida e pelo que faz. É o que procura fazer todos os dias.

O ano de 2012 começou com um novo desafio para Rita Nabeiro. Depois de cinco anos como administradora e diretora de Marketing da Adega Mayor, estava na altura de assumir a direção-geral da empresa, referência no setor vinícola nacional, contando com 12 marcas no seu portefólio e 700 mil garrafas produzidas no último ano. Criada há cinco anos e projetada pelo arquiteto Siza Vieira, tem um objetivo simples: "Despir o vinho de preconceitos, sem contudo deixar de o respeitar." Para isso contribui o *packaging* inovador (e premiado), a criação de edições especiais, mas também eventos

como o Wine Talkings (que cruza áreas como o cinema, a música ou a arquitetura) ou o Festival Delta Tejo, promovido pela mesma empresa-mãe, o Grupo Nabeiro. Dinâmica e criativa, Rita é licenciada em Design de Comunicação. Trabalhou como designer e estagiou na Creativité&Partners (Itália), antes de ingressar na empresa da família (2006). "O espírito empreendedor pode ser estimulado em qualquer idade, mas começa cedo em cada um de nós, nas coisas mais simples, através da interiorização de práticas e conceitos. Para tal, precisamos de dar apoio a quem arisca muito (se não tudo) e que o mesmo seja real, efetivo e prático."

Susana Gomes da Costa

Para a Administradora Financeira do grupo editorial Leya, ter sucesso passa por não ter medo das mudanças. É o que fica demonstrado por um percurso recheado de desafios.

Licenciada em Economia pelo Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa, e especializada em Economia Internacional, a Administradora Financeira do grupo editorial Leya iniciou o seu percurso profissional como Auditora Financeira na Pricewaterhouse (a atual PwC). Em 1995 passou a integrar os quadros da Vodafone Portugal onde foi Analista Financeira, Manager de Planeamento e Controlo e diretora de Planeamento e Controlo. Em 2001 mudou-se para o Grupo Media Capital (até 2007), primeiro como diretora de Planeamento e Gestão de Grupo, depois como diretora Finan-

ceira e diretora de Relações com Investidores, e diretora-geral da Publipartner. Entre 2008 e 2010 foi consultora independente e, já em 2011, chegou ao Grupo Leya para ocupar as funções atuais. Para Susana, fomentar o empreendedorismo passa por "fazer o que sabemos fazer bem, mas pensar 'fora da caixa'. Devemos identificar os setores que conhecemos melhor e as áreas em que realmente somos bons. Mas não podemos ter medo de fazer as coisas de modo diferente do que sempre se fez. Correr risco, mas controlado. E nunca pensar logo que uma ideia é demasiado absurda ou que 'alguém já deve ter tentado isto', porque a maior parte das vezes não é verdade".





NOMEADAS | EXECUTIVA DO ANO



Suzana Ferreira

A direção-geral do Departamento de Jogos da Santa Casa é o mais recente desafio no seu preenchido percurso profissional.

Licenciada em Direito pela Universidade Católica e com uma pós-graduação em Estudos Europeus, Suzana iniciou o seu percurso como consultora jurídica no Banco de Fomento e Exterior e na Ernst & Young (1987-1994), exercendo ainda a advocacia em escritório próprio. Em 1991 lançou a revista *Valor*, que viria a vender em 1994, quando concluiu o MBA na Universidade Católica e ingressou no Banco Nacional Ultramarino. No final de 1999 dedicou-se à área da Banca e Comércio Eletrónico da CGD, onde assumiu a Gestão Estratégica e Comunicação da Direção de Marketing (2003). A formação sempre foi uma constante no seu percurso. Entretanto, concluiu a pós-gradua-

ção em Direito da Informação e Comércio Eletrónico e iniciou o mestrado em Ciências Políticas e Relações Internacionais. Nomeada diretora de Comunicação e Marca da CGD (2006), assumiu em 2008 a Coordenação Global do Programa de Sustentabilidade e Inovação Social. Em 2011, ingressou na Santa Casa como diretora-geral do departamento de Jogos. A Make-a-Wish, fundação sem fins lucrativos, conta com ela entre os seus quadros. Susana diz que é preciso fomentar uma cultura de aprendizagem de desenvolvimento de projetos nas escolas: "A crise vai ser determinante para nos colocarmos perante um conjunto de questões cruciais como, por exemplo: "Este país é para quê e os portugueses querem ir para onde?"

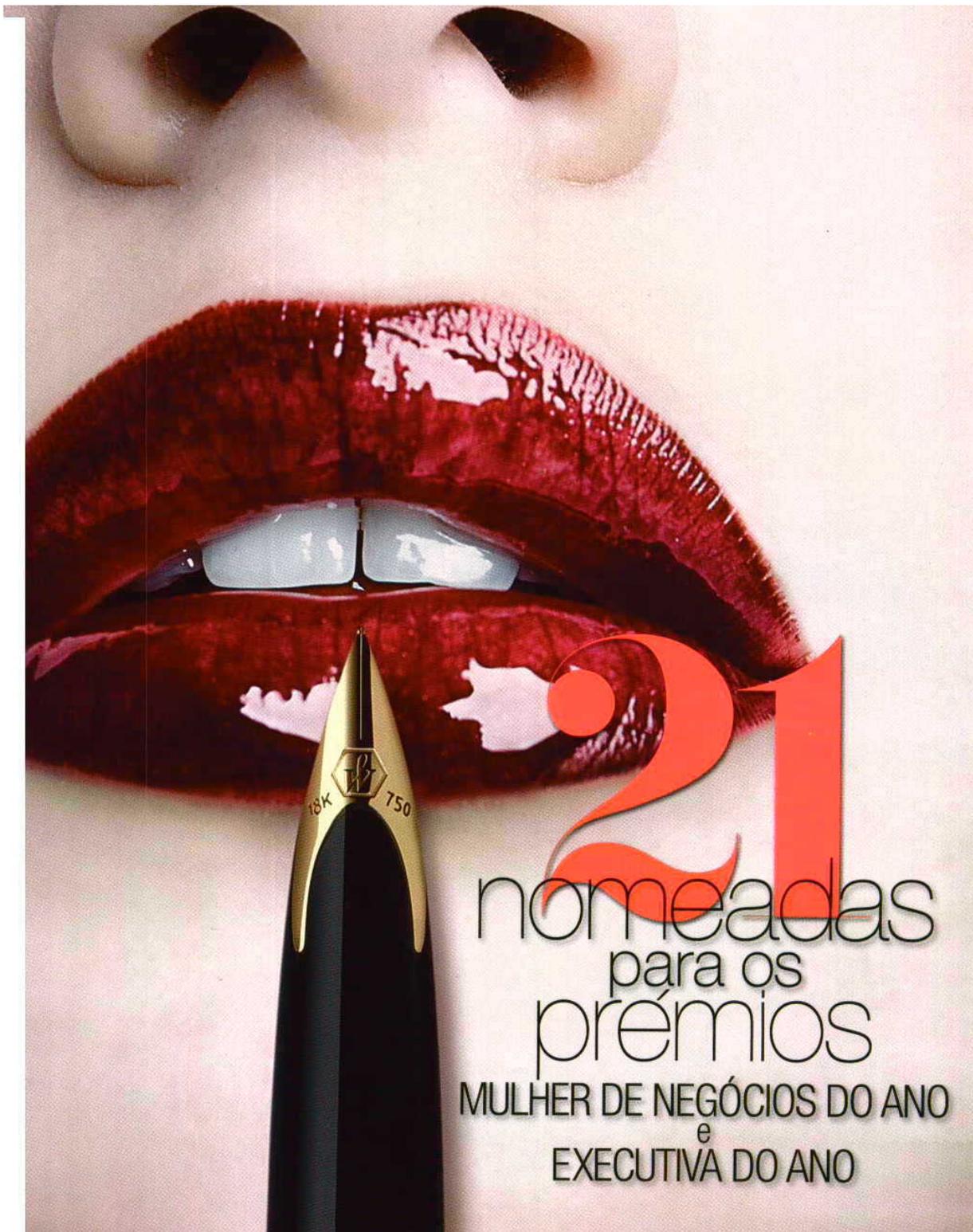
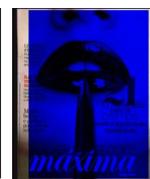
Rita Torres Baptista

O ano tem sido de grandes desafios para a diretora coordenadora de Marketing do BES, que se divide entre o banco e os estudos em Paris.

Diretora coordenadora de Marketing do Banco Espírito Santo (BES), com a coordenação das áreas de comunicação de marketing, *media buying* e estudos de mercado, Rita Torres Baptista está no BES desde 2001. O seu percurso iniciou-se em 1997, no grupo Jerónimo Martins, onde foi responsável pelo lançamento do Pingo Doce Online, em 1988. No ano seguinte integrou o Management Team como diretora, tinha 25 anos. Licenciada em Gestão de Empresas pela Universidade Católica, integrou o top 10 de melhores alunos, tendo sido ela a ocupar um lugar como Assistente da mesma universidade entre 1997 e 2000. É docente da disci-

plina de Comunicação Integrada de Marketing no Programa de Marketing para Executivos - PAME e colabora em diversos programas de pós-graduação e mestrados executivos de gestão e marketing, na Católica Business School, no INDEG (ISCTE) e na Escola de Gestão do Porto, Universidade do Porto. A formação contínua sempre foi uma das suas prioridades: depois do Executive Programme Marketing de Distribuição Universidade de Cornell 2000 e do Executive Programme INSEAD 2004, está agora dedicada ao Executive MBA na HEC Paris: "Tem sido um desafio extraordinário, tanto do ponto de vista académico como pessoal. *Learn more, dare more* é o propósito da HEC e também o meu, este ano e sempre."





nomeadas
para os
prémios
MULHER DE NEGÓCIOS DO ANO
e
EXECUTIVA DO ANO

MULHER DE NEGÓCIOS
máxima