



“A MARY KAY É A MELHOR OPORTUNIDADE DE CARREIRA PARA A MULHER”

Quem o diz é Sandra Silva - mulher determinada e de alegria contagiante - que assumiu, há 4 meses, a direcção portuguesa da Mary Kay

Multinacional de alta cosmética que oferece oportunidades de negócio e carreira, com perspectivas de crescimento ilimitados, a todas as mulheres. Para a directora-geral da Mary Kay, a oportunidade de dirigir uma empresa que tem um papel importante, a nível mundial, na promoção da independência económica, financeira e pessoal da mulher é muito gratificante.

A empresa Mary Kay, presente em 35 países, actua com 1,3 milhões de consultoras de beleza profissionais. Criada em 1963, por Mary Kay Ash depois de 25 anos de venda directa. Ao dar formação a homens que acabavam por ser promovidos com salários superiores ao seu, decide reforma-se e escrever um livro. Daqui nasce um verdadeiro plano de marketing. Assim, resolve criar a empresa Mary Kay com a ambição de proporcionar às mulheres potencial de crescimento pelo mérito, apostando em formação e oportunidades de ganhos ilimitados. Ao mercado português, a empresa, chegou há 15 anos e responde com 4 mil consultoras de beleza profissionais independentes. Apresenta uma gama de produtos de alta cosmética composta por 5 linhas: tratamento de rosto, corpo, maquilhagem, fragrância e produtos para o homem.

Assumiu a direcção portuguesa da Mary Kay, em Novembro, do ano passado. Como está a ser a experiência?

Estou a adorar, é uma empresa muito interessante. Enquanto directora-geral assumo a responsabilidade pela gestão da empresa nas suas diversas vertentes: desenvolvimento de vendas, marketing, área financeira e recursos humanos. Tenho, também, uma função importante de promoção, comunicação e imagem da marca em Portugal. Estabeleço, a nível internacional, a partilha de conhecimentos com colegas de toda a Europa.

Qual o seu percurso profissional?

Formei-me em Economia, na Universidade de Coimbra. Comecei a minha carreira na Johnson&Johnson, na Vistakon, na área de vendas de lentes de contacto no norte do País. Uma experiência marcante de contacto directo com o cliente. Passei pela Colgate Palmolive, enquanto Channel Manager de supermercados, de discounts e do canal tradicional. Assumi, ainda, a função de Business Account Manager. Tanto a Johnson como a Colgate, além de serem empresas multinacionais bastante profissionais, são uma escola excelente para quem queira vingar no mundo da economia e da gestão. E trabalhei na GL, empresa portuguesa de grande consumo, onde fui directora de vendas e posteriormente da actividade internacional.

Foi pressionada de alguma forma para seguir um percurso na área da gestão?

Não. Desde os meus 5 anos de idade que me imaginava com uma carreira... sonhava dirigir empresas.

Qual o segredo do seu sucesso?

A minha determinação, força, planeamento e disciplina. Tenho muita energia, espírito de equipa, rigor crítico e sou organizada. Invisto na criação de uma boa equipa de trabalho. Acredito que os grandes projectos são feitos por grandes equipas. Para mim os resultados do colectivo estão acima dos resultados do individual.

O que mais a fascina na área em que trabalha?

No início da carreira o que me fascinava era o grande consumo. É um mundo no qual precisamos de estar preparados para tudo e ter sensibilidade para saber o que o consumidor está a pensar, como se comporta no ponto de venda, qual o valor real da nossa marca e como a devemos transmitir.

A alta cosmética veio como um passo natural na minha vida. Comecei a interessar-me por este mercado, porque sou mulher e aproximava-se aquela idade, na casa dos trinta, que é preciso cuidar a sério da pele. Fascina-me porque tem alguma vertente do grande consumo, mas uma vertente mais “exquisita”, elegante e feminina.

Qual a estratégia alinhada para a empresa, este ano?

É de expansão do negócio e promoção da marca.

Em Portugal vão avançar com a campanha “Faça parte do esforço global para mudar a vida de mulheres e crianças”. Que outras iniciativas têm traçadas, este ano, para promoverem a marca e as mulheres?

É uma campanha de responsabilidade social, que será oficializada em Maio, nessa altura divulgaremos o parceiro. Todos os anos a Mary Kay associa-se a campanhas nesta área. A fundadora preocupava-se com esta vertente e apoiava associações que defendiam a luta contra os diversos tipos de cancro. A nível mundial as Mary Kays, todos os anos, têm uma actividade integrada. No ano passado, em todos os batons vendidos era doado 1 euro a uma associação.

O que representa a filosofia da empresa nos dias de hoje?

Em Portugal, no contexto em que vivemos, a existência de uma empresa que assume esta relevância no tecido económico-social é muito importante. Oferecemos às mulheres uma oportunidade de empreendedorismo, na qual podem ter e fazer crescer o seu negócio, progredindo na sua carreira de forma ilimitada.



A ALTA COSMÉTICA VEIO COMO UM PASSO NATURAL NA MINHA VIDA. COMECEI A INTERESSAR-ME POR ESTE MERCADO, PORQUE SOU UMA MULHER ATENTA E PREOCUPADA

De acordo com a fundadora Mary Kay Ash: “Vislumbrei uma companhia na qual qualquer mulher poderia ter tanto sucesso quanto desejasse”. Quais os instrumentos utilizados para pôr em prática esta filosofia?

As consultoras de beleza são independentes, o que significa que gerem o seu próprio trabalho e carreira. Na Mary Kay o sucesso de cada mulher é feito à sua própria medida: abraçam esta oportunidade desde as mulheres que pretendem conciliar a sua vida profissional e pessoal, até às mulheres que querem dedicar-se a 100% a este negócio e oportunidade de carrei-



SANDRA SILVA- quer ir sempre ao encontro das necessidades dos seus clientes.

SOU MÃE DE TRÊS FILHOS E PREZO MUITO A MINHA VIDA FAMILIAR. AO MESMO TEMPO ACREDITO, E SEMPRE ACREDITEI, QUE É POSSÍVEL TER UMA CARREIRA, SER MÃE E MULHER

ra de forma a crescer continuamente a nível pessoal, profissional e económico. A empresa põe ao dispor de todas estas mulheres especializações internas ao nível de gestão de equipas, do produto e as ferramentas necessárias para evoluir na carreira. Formações desenvolvidas há muitos anos, internacionalmente e que têm eficácia comprovada.

Mas existem políticas internas de carreira?

A fundadora criou um plano de marketing a nível mundial. Considerado fabuloso e consistente, por entidades externas. A carreira que oferecemos é a melhor que existe, de tal maneira que é estudada por empresas internacionalmente conhecidas, nomeadamente a Universidade de Harvard.

Na prática, qual o trabalho de uma consultora?

Ir ao encontro das necessidades de cada cliente, acompanhando-a de forma personalizada. Os nossos produtos são de alta cosmética e o serviço de alta qualidade. Por isso orgulhamo-nos de dizer que existem consultoras de beleza independentes que acompanham a mesma cliente há 15 anos, e que o seu maior desafio é garantir que a sua cliente tem uma pele bonita e bem cuidada, em todas as ocasiões.

A vertente da meritocracia é muito vincada na empresa.

Todas as mulheres que quiserem uma carreira e negócio não têm limites. O limite é o da sua determinação, da sua capacidade e vontade de trabalhar.

Como concilia a sua vida pessoal e profissional?

Sou mãe de três filhos e prezo muito a minha vida familiar. Ao mesmo tempo acredito, e sempre acreditei, que é possível ter uma carreira, ser mãe e mulher.

Para isso é fundamental ter presente quais as prioridades, fazer uma boa gestão de tempo e ter em casa um bom sistema de apoio a toda a família. E claro, um marido fantástico... Posso dizer-lhe que viajo bastante pela Europa, e consigo fazê-lo sem sentir que a minha família é afectada.