



*Do Algarve  
para a cortiça*

**SANDRA CORREIA**

CEO da Novacortiça

# EMPREENDER, SEMPRE E MAIS

Uma empresária que se confunde com o mundo da cortiça e que deu vida à Pelcor, marca que nasce dentro da empresa da sua família, a Novacortiça.

Na sexta edição da PME Magazine, lançada em outubro de 2017, Sandra Correia ensina-nos a criar e a desapegarmo-nos das nossas criações, sempre que o benefício seja maior assim.

O *networking*, o empoderamento feminino e potenciar as ligações pessoais são os objetivos desta empresária que fez nascer o Women's Club para dar voz às mulheres no mundo dos negócios.

Recorde esta entrevista no sexto *e-book* que disponibilizamos, numa viagem inesquecível ao mundo da cortiça.



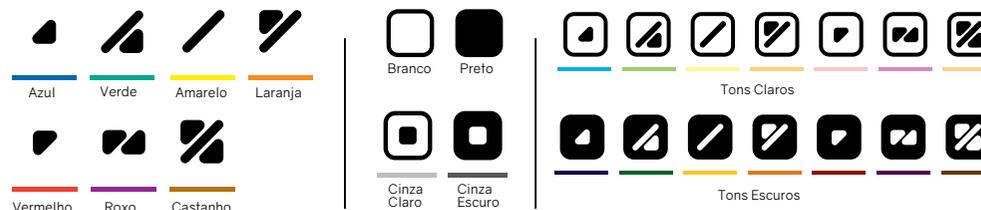
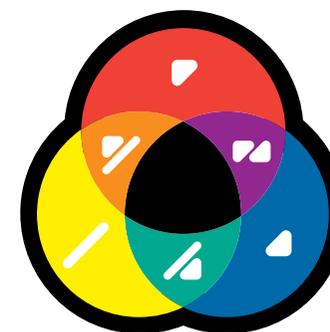
Boas leituras e bons negócios!

ANA RITA JUSTO | [EDITORA](#)

## COLORADD NA PME MAGAZINE

A PME Magazine conta com 14 grandes secções, que servem de guia estrutural para as temáticas abordadas. De forma a tornar a revista mais inclusiva, foi integrado nas secções o sistema de identificação de cores ColorADD. Assim, cada secção conta com uma cor diferente, identificada com um símbolo que permite a pessoas daltónicas identificarem as cores que estão a ver.

Desenvolvido com base nas três cores primárias, representadas através de símbolos gráficos, o código ColorADD assenta num processo de associação lógica que permite ao daltónico, através do conceito da adição das cores, relacionar os símbolos e facilmente identificar toda a paleta de cores. O branco e o preto surgem para orientar as cores para as tonalidades claras e escuras.



## FICHA TÉCNICA

**DIRETORA:** Mafalda Marques  
**EDITORA:** Ana Rita Justo  
**REDAÇÃO:** Denisse Sousa  
**VÍDEO E FOTOGRAFIA:** Carlos Alberto Cavaco  
**DESIGN GRÁFICO:** Inês Antunes

**“O ‘NETWORKING’ ABRE  
MUITAS PORTAS”**

*Sandra Correia*





Mafalda Marques

CN Media

**Define-se como uma sonhadora e concretizadora de sonhos, mas é pelo exemplo que tenta chegar a todas as gerações, transversalmente. CEO da Novacortiça, quis mudar de vida pois estava cansada de viajar entre países. Foi no *mindfulness*, há 11 anos, que se encontrou e, aos 45 anos, garante que o *networking* é a fórmula do seu sucesso.**

**PME Magazine – Sandra Correia, 45 anos, mulher e empresária. Como se define?**

**Sandra Correia** – Defino-me como uma sonhadora e concretizadora de sonhos. Acho que esta é a minha melhor definição, porque é isso que eu faço na vida: sonhar, concretizar os meus sonhos e ajudar os outros a concretizar os seus. Além disso, sou resiliente, persistente, lutadora, focada, visionária... essencialmente isto [risos].

**PME Magazine – Foi distinguida em 2011 como a Melhor Empresária da Europa. Transformou o prémio num ato de igualdade de género, mas a empresa que integrava (Pelcor) já tinha boas práticas nessa área. Pode explicar melhor?**

**S. C.** – A Pelcor é uma marca que nasce dentro da empresa mãe Novacortiça que é uma empresa de família. A Novacortiça, que sobretudo produz discos para as roldas de champanhe, é uma indústria, uma fábrica, e nós sempre tivemos mais colaboradores do género feminino do que masculino. Estando dentro da Novacortiça e sendo sobretudo uma indústria masculina, tentei também, com a ajuda do meu pai, que é um homem muito visionário, implementar a igualdade de género dentro da própria empresa. Nessa altura em que recebi o prémio de Melhor Empresária também a Novacortiça foi premiada pelo Parlamento Europeu como uma empresa exemplo de igualdade de género.

**PME Magazine – A Pelcor, marca portuguesa, passou**

**para mãos angolanas. Qual foi o valor da transação? Como geriu esta venda?**

**S. C.** – Isso não posso revelar, mas foi todo um processo desenvolvido por mim, porque a base é muito simples e é esta: sou empreendedora e sou visionária. Então, nós, os empreendedores, em regra geral, temos uma visão, nós criamos esse negócio e desenvolvemos esse negócio e a nossa intenção é que ele cresça e se desenvolva, é vendê-lo, dar-lhe asas para ele seguir o seu caminho. E nós voltamos a criar um novo, a desenvolver um novo e a voltar a vendê-lo outra vez. Esse é o verdadeiro empreendedor, pois é um criador, no fundo. O que aconteceu é que esse processo foi preparado por mim dois anos antes da entrada do investidor angolano. Eu fiz toda uma série de procura de potenciais investidores, sobretudo estrangeiros, não em Portugal, fiz *pitches* sobretudo no mercado americano, e também com um investidor angolano. No fundo, o melhor negócio foi o que acabámos por concretizar com o investidor angolano.

**PME Magazine – Fez preparação durante esses dois anos, um plano de negócios, ou recorreu ao *coaching*?**

**S. C.** – Eu fiz, sobretudo, um *business plan* em português, traduzido por mim para inglês, tive a grande sorte de passar cinco dias em Boston com a Kim Sawyer, que quem a conhece sabe que criou o [programa] *Connect to Success*. Nós temos uma relação quase de irmãs e foi ela que depois me proporcionou várias reuniões em Boston com potenciais investidoras, e foi ela que me ajudou a criar e a fazer um *pitch*. Não tanto o *business plan* mas o *pitch* com o resumo do negócio e aquilo que eu queria realmente atingir com a venda do negócio. Um *pitch* é totalmente diferente de um *business plan* e um *pitch* à americana é totalmente diferente de um *pitch* na Europa.

**PME Magazine – Atualmente é embaixadora da marca em Portugal e no Mundo, certo?**

**S. C.** – Os meus planos como embaixadora da marca são apenas continuar a ser, no fundo, o exemplo da marca, quem criou a marca, porque hoje a marca já não é minha,



Entrevista decorreu no Clube VII, ginásio que Sandra Correia frequenta quando está em Lisboa

a marca tem novos donos, tem outras pessoas que pensam outras estratégias, portanto, eu apenas fiquei com o emblema da marca. E sempre que me for pedido para falar da marca, eu falo da marca. Se bem que eu já criei um certo distanciamento da própria marca e do negócio porque estou focada em outras áreas e noutros produtos. Mas a Pelcor é sempre uma bandeira minha, naturalmente.

## “Um pitch à americana é totalmente diferente de um pitch na Europa”

### **PME Magazine – Atualmente é CEO da Novacortiça. Quais os planos de futuro para a empresa?**

**S. C.** – A base principal da Novacortiça, desde que foi criada em 1986, é a produção de discos para rolhas de champanhe. Esse é o nosso core business e o nosso grande mercado. Os nossos clientes encontram-se no norte de Espanha, na zona de Girona, nós produzimos os discos, eles completam com a rolha de champanhe e depois vendem ao cliente francês, nosso cliente final. Moët & Chandon, Dom Pérignon, etc, esse é o nosso core business. Paralelamente a isso, dentro da própria empresa criámos a *Cork Factory Tour*, que é um produto turístico no Algarve, em São Brás de Alportel, em que temos um percurso turístico, onde o turista chega, visita a fábrica, assiste a uma sessão sobre o que é a cortiça, a sua origem, o que fazemos na fábrica e as suas potencialidades, depois faz toda uma visita pela preparação, transformação, escolha e quando termina passa por uma loja que temos de *gifts* com produtos Pelcor e outras inovações que criámos para a área da decoração. Todo este percurso é realizado por duas guias turísticas. Entre 2015 e 2016 tivemos um crescimento de 300% a nível de visitantes. Neste momento, está a ser um negócio dentro de outro negócio. É interessante ver a procura que temos, autocarros que diariamente chegam à fábrica. Então, este é um grande desafio em transformar a *Cork Factory Tour* mesmo num produto turístico. Para além dos discos, depois temos toda a área de inovação em que desenvolvemos produtos para decoração, de-

envolvemos o azulejo decorativo feito de um material de cortiça muito leve, que pode ser aplicado nas paredes e da forma que quisermos. Pode ser numa floreira, no que quisermos, e já estamos a exportar para o Brasil, tal como outros produtos. No fundo, o desafio é muito grande para quem trabalha com cortiça todos os dias pois é difícil manter a qualidade e os padrões para que as rolhas de cortiça saiam da mesma forma, com qualidade. E depois, todos estes novos desafios de novos produtos, inovação e o próprio produto turístico *Cork Factory Tour*.

### **PME Magazine – Afirmou numa entrevista que “O profissionalismo não se deve avaliar pela forma de vestir”, mas isso não acontece. Há inclusivamente workshops e cursos a ensinar pessoas sobre o que vestir para entrevistas. Pode comentar?**

**S. C.** – A mim faz-me um pouco de confusão, a quem vai fazer as entrevistas, mas também aos *top managers* das empresas e de quem trabalha nas empresas. Porquê? Se formos aos Estados Unidos da América, isto é claro, temos uma reunião com o CEO da Apple, por exemplo, e ele está de camisa e calça. Ele não está de fato e gravata. Eu sei que faz parte da cultura portuguesa, mas faz-me um pouco de confusão quando estou em Portugal, tenho reuniões com empresas ou simplesmente quando marcam um cocktail com outros empresários e colaboradores e todos vêm de fato e gravata. Porquê? Não há necessidade disso. Porque nós podemos ser iguais só de camisa, bem vestidos, naturalmente, mas não é preciso estar naquele sentido formal. Na Europa, e isso deve-se muito à cultura europeia, somos muito formais. Se formos para os EUA as pessoas são muito mais informais. Na minha ótica, o bom desempenho, seja de um colaborador masculino ou feminino, tem a ver com a sua meritocracia e não com aquilo que ele veste. Naturalmente, a visão é o nosso primeiro sentido em contacto, é o visual que nós temos e aí fazemos logo um auto julgamento e temos de aprender a mudar a nossa mentalidade e não fazer auto julgamentos de outras pessoas e, sim, pelo que a pessoa nos transmite, pela sua postura, pela sua maneira de estar e não pelo que veste. Acho

que éramos muito mais felizes porque acredito que muitos de nós, as mulheres ou os homens, seriam muito mais felizes se não tivessem de, todos os dias, porem as suas gravatas ou elas a aperaltarem-se todas de saia curta, casaco, etc., como se fosse um *tailleur* feminino.

## FALTA CRIAR UM LOBBY FEMININO

### **PME Magazine – Como funciona o Women's Club?**

**S. C.** – O *Women's Club Portugal* surge quando estive nos EUA a desenvolver a Pelcor e a abrir a internacionalização. Eu passava grande parte da minha vida em Nova Iorque, sentia-me um pouco desamparada da diáspora portuguesa, porque os meus mentores sempre foram americanos, os amigos eram americanos e quem me ajudou nos EUA foram americanos. Eu não tinha contacto com portugueses. Até que um dia alguém me fez um convite: “Sandra, vai haver um encontro num bar entre portugueses do *Portuguese Circle*, queres vir?” E eu fui e a partir daí criei laços que me permitiram divertir-me muito mais durante os dias de trabalho que ali estava, isso ajudou-me bastante, além de me ter aberto outras portas. Então, como estou em Portugal e agora com mais tempo, a minha ideia e o que eu sinto é que faz falta criar um *lobby* feminino. Ainda estamos longe da igualdade de género. Quer queiramos quer não, todos nós falamos de igualdade mas não praticamos essa igualdade no dia a dia. O género masculino, por todas as razões e mais alguma, tem o hábito de juntar-se com os seus colegas, beber um copo ao final do dia de trabalho. O género feminino não. Ou pelas suas obrigações, ou pelos filhos, ou por outra coisa qualquer, pois todos nós sabemos que a mulher tem muitas mais funções do que o homem. A minha intenção foi criar uma oportunidade de um momento, uma vez por mês, em várias cidades, em que as mulheres possam vir beber um copo entre as 18h00 e as 20h00, confraternizar, conhecer outras mulheres, fazer *networking*. Os homens também são convidados porque é na igualdade que está o equilíbrio, e neste encontro ele será sem estereótipos, em que tanto pode vir a dona de casa como a dona da empresa. São todos convidados, porque aqui não há classe social, existem, sim, se-



Sandra Correia é a atual CEO da Novacortiça

res humanos e a minha intenção é potenciar a ligação entre o ser humano para que as pessoas possam também ajudar-se, conhecer no dia a dia. Este é o *Women's Club*. A participação será por autoconvite, nas redes sociais e no Instagram. Eu divulgo o dia do evento, a hora e o local e depois estão todos convidados. Não é preciso perguntar: "Eu Posso Ir?". É simplesmente clicar no "Eu Vou" para nós termos uma ideia do número de pessoas, pois é importante, e aparecer no local e serão recebidos de braços abertos e um sorriso.

### **PME Magazine – Vai haver oportunidade para as mulheres apresentarem os seus projetos?**

**S. C.** – Nenhum evento será igual aos outros eventos. No primeiro que fizemos, convidei algumas figuras públicas que são minhas amigas a falarem. Cada uma falou sobre a importância do *Women's Club* e depois da audiência convidei quem quisesse a falar, e como ninguém queria, eu nomeei pessoas para falarem sobre si próprias. Nos outros encontros, há pessoas que que-

rem falar e eu passo a palavra e dou-lhes esse tempo, ou então, se pela timidez de falar houver pessoas que não se cheguem à frente, eu olho e puxo pelas pessoas. Portanto, acabam todas por falar e por se apresentar, partilhar ideias, o seu negócio, e há sempre esta comunicação entre todos.

### **PME Magazine – Diz que deve 100% da sua carreira ao networking. Quais os erros mais comuns nesta área e quais os seus conselhos?**

**S. C.** – O *networking* é, sem dúvida, o meio mais importante para o nosso crescimento empresarial. Agora, é preciso saber fazer *networking*. É importante realmente conhecermos a pessoa, trocamos contactos e depois é necessário fazer o *follow up* quando isso nos interessa, quando a pessoa tem interesse para o nosso meio. É importante fazer esse *follow up*, e depois ver o que vem a seguir. Muitas vezes, e na hora que conheço a pessoa, eu não faço o *follow up*. Mas, de repente, lembro-me mais tarde: "Mas eu conheci esta pessoa!". Então vou ver os meus registos, ligo e pergunto se se lembra de mim. O *networking* abre muitas portas. Nós em Portugal não temos muito essa cultura, talvez as novas gerações e a geração atual, sim. A minha geração não tinha essa cultura. O partilhar contactos e *networking* nos EUA é o dia a dia, é básico. Por exemplo, se tivermos um problema, partilhamos com alguém e esse alguém diz: "Espera que eu tenho a solução". Imediatamente pega no telefone, telefona a outra pessoa - isso aconteceu-me nos EUA - e eu vou estar com aquela pessoa que não conhecia há cinco minutos. Isto é *networking*. São portas abertas. Agora é necessário saber trabalhar e saber aproveitar, mas não abusar.

### **PME Magazine – Como conseguiu chegar a pessoas tão influentes para divulgar a sua empresa? O vestido da Lady Gaga, da Hillary Clinton, o catálogo do Museum of Modern Art (MoMa), a coleira do cão de Barack Obama, o vestido da Madonna...**

**S. C.** – Vamos falar sobre o caso do MoMa, pois para mim a nível empresarial é o mais interessante. Recebi um telefonema do diretor do IAPMEI do Algarve a di-

zer-me que vinha uma equipa do MoMa a Portugal, que ia fazer uma exposição sobre *Destination for Portugal* e se eu queria receber a equipa na Pelcor em Lisboa. Abri logo a porta e disse logo que sim. A equipa veio, visitou a Pelcor, adoraram o produto, conhecemo-nos e a ligação foi extremamente positiva. No fim combinámos que eu iria enviar as amostras da Pelcor para serem avaliadas, juntamente com outras amostras de outras marcas que iriam pedir. Coincidência das coincidências, eu sou convidada para fazer uma palestra na Lehigh University, na Pensilvânia, nessa altura. O que é que eu penso: já que tenho de ir à Pensilvânia que é extremamente perto de Nova Iorque, em vez de enviar as amostras para o MoMa, eu própria fui ao MoMa. Levei as amostras comigo, marquei a reunião e fui. E isso fez toda a diferença, porque é saber aproveitar o contacto, é não ficar sentada na cadeira. Já que tinha de ir, eu fui. Mesmo que eu não tivesse de ir até ia daqui de propósito! Resumindo, a Pelcor em vez de ficar três semanas em exposição, ficou quatro anos. E fez toda a diferença, pois estabeleci amizades, e eu faço muitas amizades com este tipo de pessoas. Noutros casos, como a coleira do cão do Obama, foi o Governo português na altura que nos pediu alguns produtos, nós desenvolvemos a coleira e foi assim que chegou ao presidente Obama. Mais tarde fui convidada a participar no *New Beginning* e representar Portugal nessa cimeira nos EUA, resultado desse trabalho que tenho feito com a Embaixada dos EUA e com os embaixadores. [*Networking*] É, no fundo, regar relações, manter as relações. Somos seres humanos, não somos um bicho de sete cabeças, portanto, é não ter medo, é simplesmente ir e fazer. E para mim, esse é o grande segredo.

### **O TEU INGLÊS É MELHOR DO QUE O MEU PORTUGUÊS!**

### **PME Magazine – Sentiu barreiras a fazer networking internacional?**

**S. C.** – Não, não há barreiras e eles até acham graça porque não falamos o inglês fluente. Sobretudo nos EUA, eu costumo desculpar-me, pois o meu inglês não é tão bom quanto o deles, e eles respondem-me: "O teu



Sandra Correia é mestre de Reiki há 11 anos

inglês é melhor do que o meu português”. A outra experiência interessante que eu tive vou partilhar convosco, pois é de uma cultura totalmente diferente. Foi na China, em Xangai. Nós abrimos a Pelcor em Xangai em 2016. E o nosso sócio chinês fez uma grande festa, um grande evento no lançamento da Pelcor em Xangai. E o interes-

sante foi: nós temos um corner no centro comercial que é diferente por ser de arte, é um museu, algo diferente do que temos na nossa cultura na Europa. Quando acabou a sessão, chamaram-me, porque as senhoras estavam a comprar as malas Pelcor e queriam que eu assinasse as malas todas, com autógrafos e dedicatórias por dentro. Ali não há língua, é a cultura deles e nós aceitámos. E eu achei tanta graça a esta personalização que foi não julgar: “Ah, vocês querem, a mim não me custa”. Então assinei as malas todas e achei o máximo, pois nós na Europa não temos essa cultura e foi giro.

## “Em Xangai, as senhoras queriam que eu autografasse as malas da Pelcor”

**PME Magazine – É o follow up que torna o networking mais eficaz ou será encontrar um ponto em comum para haver ligação?**

**S. C. –** Depende, há vários fatores, externos e internos. Depende do local e do meio envolvente onde as pessoas se encontram. Eu sou naturalmente uma pessoa simpática, mas se eu não o for não vou conseguir estabelecer uma relação também. Então, tem que ver muito com o meio envolvente onde as relações e o *networking* acontecem, tem que ver com a forma como ele se desenvolve e com o dar sem olhar ou receber, porque se damos com a intenção de receber não vamos atingir o nosso objetivo. Então, nós damos. Se mais tarde recebermos, pode até nem ser daquela pessoa mas de outra pessoa, vai ter um efeito muito superior.

**PME Magazine – Parece uma mulher muito focada em si e em dar aos outros. Que boas práticas diárias mantém e que técnicas de *mindfulness* aconselha a empresários?**

**S. C. –** Nestes anos todos em que eu vivia fora de casa - e foi também essa uma das razões que me levou a vender a Pelcor, exatamente poder fazer uma mudança de vida e acalmar um bocadinho - eu viajava muito e vivia praticamente fora. E num stress grande, porque são as

reuniões, os *pitches*, os *business plans*, o próprio negócio em si, a abertura da Pelcor em Xangai, portanto, isto era uma grande pressão. Eu há 11 anos que faço *Reiki*, sou mestre de *Reiki* e todos os dias pratico meditação comigo. Então, foi através do *mindfulness* que consegui centrar-me em mim. Naqueles 10 ou 15 minutos que eu faço diariamente, sejam de manhã ou à noite, em que eu encerro o mundo à minha volta, volto-me para dentro e vou ouvir-me a mim própria. Ver, sentir o meu corpo, ver o que está bem e o que não está bem, limpar, entregar o dia e tentar, no fundo, renovar a energia. Então, é esta a prática que eu mantenho comigo que me ajuda a manter o equilíbrio e que eu aconselho a toda a gente, porque é fácil, podemos fazer em casa, basta aprender e também nas próprias empresas têm uma maior rentabilidade quando isto acontece, tanto com os seus colaboradores como com os seus *managers*.

## MINDFULNESS NAS EMPRESAS

*Mindfulness*, em português, traduz-se como atenção plena, mente alerta ou ainda consciência plena. Se formos rigorosos com a origem da palavra, *mindfulness* significa a essência da corrente de meditação Vipassana. Enquanto outros tipos de meditação budistas pretendem esvaziar a mente de qualquer raciocínio consciente ou dirigir a atenção a uma imagem ou ideia única, os praticantes da Vipassana procuram, de forma não crítica, ganhar consciência de todos os pensamentos e emoções vivenciados no momento.

Empresas como a Google, General Mills, Genentech, Target e Cargill, por exemplo, desenvolveram programas de treino para os seus funcionários focando o *mindfulness* na liderança. Os benefícios esperados (e alcançados) resumem-se em gestores mais criativos, focados e determinados. A palavra correta é resiliência, mas outros adjetivos ajudam a colorir o impacto da prática de meditação.



Women's Club é o último projeto da empresária

# Sandra Correia

Sandra Isabel Correia é uma jovem empreendedora e mulher de negócios, com um currículo de prémios nacionais e internacionais relevante e uma carreira de negócios promissora.

Nasceu no mundo da cortiça em 1971 e representa a terceira geração, depois do avô e do pai na empresa industrial familiar Novacortiça.

Criou a sua própria marca, Pelcor, em 2003, vendendo-a passados 13 anos. Hoje, além de ser shareholder na empresa Novacortiça, SA, desenvolve novos projetos e negócios na área do pensamento do agora *mindfulness thinking*.

## Prémios recebidos:

**2016** – “*Enterprising Women of the Year Award*” por American Enterprising Women Magazine/USA

**2016** – “Personalidade Feminina do ano nos Negócios” por LUX Magazine/Portugal

**2015** – “*Best International Business Women 2015*” por Women’s President Organization/IWEC/USA

**2014** – “*AmCham Trophy Tribute*” for PELCOR por USA Chamber of Commerce em Portugal

**2012** – “Melhor Mulher de Negócios em Portugal” pela Máxima Magazine & Jornal de Negócios.

**2011** – “Melhor Empresária da Europa” pela European Community and European Council of Women Entrepreneurs

**2007** – “Empreendedora do Ano” pela ANJE (Associação de Jovens Empresários)

**2006** – “Melhor Empreendedora Jovem” pela UALG (Universidade do Algarve)

De 2013 a outubro de 2015, foi seleccionada entre 91 países para fazer parte da primeira “*A New Beginning: Entrepreneurship and Business Innovation*”, criada pelo ex-presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, com o objetivo da amplificação do empreendedorismo português pelo mundo.



OUTUBRO 2017 | TRIMESTRAL 1 | Edição 6  
Edição Anual - Distribuição gratuita

# PME Magazine

Portugal.Mundo. Empresas

DIRETORA: MAF ALDA MARQUES  
WWW.PMEMAGAZINE.COM

**JOSEFINAS**  
OS SAPATOS QUE DEFENDEM  
AS MULHERES

**CITYDRIVE**  
HA MAIS CARROS PARA  
PARTILHAR EM LISBOA

**WEB SUMMIT**  
PME A CAMINHO  
DA INOVAÇÃO

## SANDRA CORREIA

DO ALGARVE PARA O MUNDO DA CORTIÇA



**PME** *Magazine*  
Portugal.Mundo.Empresas

| A REVISTA DAS PME PORTUGUESAS |

[pmemagazine.sapo.pt](http://pmemagazine.sapo.pt)

