



## PESSOAS

➔ **Alejandro  
Lacorte**

é o novo  
diretor-geral  
da Bimbo  
Portugal E28





## PESSOAS

**Alejandro Lacorte** 47 anos, diretor-geral da Bimbo Portugal

# “É preciso estar perto das pessoas e criar afeto”

### FORMAÇÃO



Engenharia Informática pela Universidade Panamericana (México), International Exchange Program da University of Illinois at Urbana — Champaign, Master in Business Administration no IPADE (México)

### AMBIÇÃO

Na vida, quer ser uma inspiração para a família e para as pessoas que o rodeiam. No trabalho, o objetivo é alcançar as metas definidas e deixar uma marca do seu ADN nas equipas que lidera

### CITAÇÃO/LEMA

“O talento ganha jogos, mas o trabalho em equipa e a inteligência ganham campeonatos”, de Michael Jordan



### PERCURSO



Entre 2000 e 2013 esteve na Bimbo México, no marketing, como responsável de diversas categorias e marcas do grupo. Depois, esteve quatro anos a trabalhar com a marca no Brasil para regressar ao México em 2017. Passou por diferentes posições na empresa antes de assumir a direção-geral em Portugal

### HOBBIES

Desporto, em especial basquetebol e corrida

### ÚLTIMAS LEITURAS

“Lo que Un Líder no Debe Delegar”, de Salvador Alva, e “Glucose Revolution”, de Jessie Inchauspé



## Nuno Nogueira da Silva



- Soma 24 anos de carreira
- É formado em Gestão de Empresas

Vai integrar a operação da Alvarez & Marsal (A&M), empresa de serviços de consultoria, como diretor-geral do escritório em Portugal. A contratação de Nuno Nogueira da Silva surge na sequência do crescimento da atividade da A&M no mercado europeu e na ambição de expansão no mercado nacional. Nuno Nogueira da Silva soma um percurso de 24 anos de experiência em consultoria financeira e transita da EY, onde liderou durante sete anos a área de reestruturações da consultora em Lisboa, Angola e Moçambique. Foi assessor financeiro no processo da Groundforce e apoiou dois dos maiores fundos do mundo na compra de carteiras de malparado avaliadas em €4 mil milhões em Portugal.

### Nuno Fernandes Thomaz

Foi reeleito como presidente da Centromarca — Associação Portuguesa de Empresas de Produto de Marca. O gestor de 55 anos cumprirá o seu terceiro mandato à frente da associação, até 2026. Nuno Fernandes Thomaz é sócio da sociedade de capital de risco Core Capital e administrador da Sogepoc e da Vista Alegre Atlantis. Foi, entre outros cargos, presidente executivo do grupo ASK e vice-presidente executivo da Caixa Geral de Depósitos.

### Carlos Estorninho



- Tem 18 anos de experiência
- É licenciado em Comunicação Empresarial

Acaba de integrar a equipa da Coldwell Banker Portugal, como diretor de marketing da multinacional imobiliária. Com um percurso de 18 anos de carreira ao longo dos quais acumulou experiência em marketing e comunicação, Carlos Estorninho terá a seu cargo a definição estratégica da comunicação da Coldwell Banker, tendo como missão elevar o posicionamento da marca em Portugal. Anteriormente, ocupou cargos no grupo Teixeira Duarte, na Philip Morris Internacional e no Banco Finantia.

### MARGARIDA CARDOSO

Alejandro Lacorte chegou a Portugal com a missão de “liderar a transformação da empresa, fortalecer a cultura de inovação, liderança e qualidade do grupo, e aproveitar o potencial do mercado nacional para garantir um ritmo de crescimento de dois dígitos por ano”. Sem dar valores sobre a operação da Bimbo em Portugal, o novo diretor-geral da marca mexicana no país assume a lógica do “cluster ibérico” até porque reporta diretamente a Espanha, em termos organizacionais, e há “um grande intercâmbio de produtos entre os dois países”.

Com fábricas em Lisboa e Albergaria e uma equipa de 400 pessoas, a que junta mais 300 em parcerias, a Bimbo Portugal também chega a Angola e

Cabo Verde, através de clientes que levam produtos para África, mas o foco no crescimento, nesta fase, está mesmo num “mercado nacional muito dinâmico” onde a marca é líder em alguns segmentos e trabalha para desenvolver os produtos próprios, apesar da “concorrência crescente das marcas da distribuição”, com as quais também trabalha. “É um mercado com algumas especificidades, designadamente no que respeita à força dos donuts”,

**Em Portugal, quer “liderar a transformação da empresa” e garantir um ritmo de crescimento anual de dois dígitos**

com sabores diferentes dos que conhecia até agora, comenta.

Se em Espanha a guerra de preços entre produção e supermercado levou a excluir a Bimbo das suas prateleiras, Alejandro Lacorte acredita que “as relações com a distribuição por cá são normais”. Admite que “por vezes é difícil alinhar os objetivos de todas as partes e manter o foco no consumidor”.

É a pensar no consumidor que a marca coloca o foco na inovação e na introdução de novos produtos, essenciais à estratégia de crescimento, como os *snacks* salgados ou os *wraps*, estreias recentes no mercado nacional, os pães especiais. Outro exemplo das iniciativas da empresa é a organização da Bimbo Global Race, para incentivar a atividade física.

Transparência e comunicação são as palavras que escolhe para definir o seu estilo de liderança. “É preciso estar perto das pessoas e criar afeto. Quanto mais transparente for o líder, maior é o compromisso e a disponibilidade da equipa”, acredita. E se os seus *hobbies* refletem o estilo de liderança, será na combinação do desporto de equipa, através do basquete, e individual, por via da corrida, onde encontra sempre oportunidade para “libertar a mente e pensar nas coisas de outra forma”.

Em Portugal, pode sentir alguma falta do picante habitual na gastronomia mexicana, mas já descobriu “comida fenomenal” e pequenos prazeres nacionais, como os percebes, que desconhecia, ou o bacalhau, de que “já gostava muito, mas é ainda melhor por cá”.

mmcardoso@expresso.imprensa.pt