

# CURRICULUM VITAE

## I- DADOS PESSOAIS

---

### NUNO MIGUEL FERREIRA DE ASSUNÇÃO BARRA

Morada: Rua César de Oliveira, nº14 – 8ºEsq, Telheiras, 1600-427 Lisboa

Tef: 961695767

e-mail: nunobarra@vistaalegre.com e nunobarra@mail.com

Data e local de Nascimento: 08/03/1972, Coimbra

Estado Civil: Casado

Filhos: 1

Nacionalidade: Portuguesa

Carta de condução nº C-490051 de 01/06/92

Técnico Oficial de Contas



## II- RESUMO PROFISSIONAL

---

- **Director de Marketing & Design Externo da Vista Alegre Atlantis,SA e da Bordallo Pinheiro**, desde Janeiro 2010.

(Direcção da VAA com um orçamento de Marketing de cerca de 2 milhões de euros)

- **Administrador-Delegado da sub-holding Visabeira Imobiliária** de Maio 2008 (carteira de activos de mais de 250 milhões de euros, na qual se inclui o Palácio do Gelo Shopping) a Dezembro 2009 e cumulativamente **Director de Marketing & Comunicação (CMO) do Grupo Visabeira** desde Julho 2005.

- **Director de Marketing & Comunicação (CMO) do Grupo Visabeira** desde Julho 2005 e cumulativamente **responsável pela comercialização do Palácio do Gelo Shopping** desde Julho 2006 a Dezembro 2009.

- Direcção de Marketing & Comunicação

Esta Direcção, com 10 milhões de euros de orçamento anual, ocupa-se do Marketing Estratégico e Operacional, da Comunicação e do Web design das 52 empresas que compõem o Grupo Visabeira e das suas marcas, Exemplo de empresas: Cozinhas Mob, Palácio do Gelo Shopping, Montebelo Hotel&Spa, agência de viagens Mundicor, Golfe Montebelo, TV Cabo Angola, TV Cabo Moçambique, empreendimentos da Visabeira Imobiliária, Antártida Cervejarias, entre muitas outras.

Direcção composta por 21 colaboradores, posicionada na Holding, com report directo ao Conselho de Administração e estruturada em 4 departamentos:

- Departamento de Marketing (8 pessoas): composto por 4 Marketing Managers sectoriais (turismo, imobiliário, indústria e telecomunicações/tv cabo) responsáveis por estes negócios em todos os mercados onde o Grupo se encontra presente. Estes colaboradores são apoiados por 4 assistentes de marketing (Lisboa, Viseu, Luanda, Maputo)
- Departamento de Comunicação (10 pessoas): organizado como a agência de publicidade do Grupo, responde às necessidades de todos os negócios e de todos os mercados e é composto por 1 Coordenador, 1 Project Manager, 1 Copywriter e 7 designers gráficos
- Departamento de Web design (2 pessoas): responsável pelo desenvolvimento e manutenção de todos os sites do Grupo. Beneficia do apoio dos dois departamentos anteriores e de recurso a outsourcing em situações pontuais
- Departamento de Desenvolvimento de Novos Negócios (1 pessoa): 1 analista financeiro que efectua estudos de viabilidade económica e os business cases de novos negócios e novos produtos lançados pela Direcção. Trabalha em estreita colaboração com o Departamento de Marketing

Actividades principais: competitive intelligence, benchmarking, estudos de mercado, participação na definição da estratégia de negócio e da comercialização dos produtos, participação na gestão dos produtos/serviços, alterações/revisões/análise de preços, redefinição/análise dos canais de distribuição e força de vendas, definição das acções de comunicação a realizar, gestão de marcas, gestão de bases de dados, desenho de todos os materiais de comunicação, organização de eventos, desenho de novos websites, lançamento de novas marcas/conceitos, identificação e apoio no lançamento de novos negócios.

Resultados principais: Lançamento da nova cadeia de cervejarias Antártida (naming, imagem, definição de conceito, do modelo de negócio, introdução do merchandising, abertura de três lojas...); Rebranding da TVCabo Angola e Moçambique; Lançamento do cartão de crédito corporativo co-branded com a CGD; Negociação e abertura em franchising da primeira loja Esprit em Portugal, de uma loja Bo Concept, de uma loja Party Fiesta, de uma loja Vista Alegre Atlantis, de um bar de gelo australiano primeiro na Europa (Minus 5º); Criação e lançamento de um novo conceito de negócio para crianças em shopping (Polar&Brincar); Criação e lançamento de uma nova marca de ginásios, spa e cabeleireiros (ForLife); Definição da imagem do novo Palacio do Gelo Shopping e participação com a equipa de arquitectos na definição do conceito, negociação/contratação da Catarina Furtado para ser a sua brand face; Lançamento de um concurso universitário anual de Design industrial com o apoio do Centro Português de Design (Cerutil Design Challenge); Valorização e reposicionamento da cozinhas Mob como a melhor marca nacional de cozinhas; Rebranding do Montebelo Hotel&Spa, Definição e implementação da estratégia de comercialização e lançamento do empreendimento imobiliário Aguireira Lake & Country Resort, entre muitos outros.

- Comercialização do Palácio do Gelo Shopping

Responsável pela comercialização das 164 lojas e restantes áreas comerciais do Palácio do Gelo Shopping (terceiro maior do país com 76.000m<sup>2</sup> de ABL) com o apoio da equipa de comercialização da consultora imobiliária Jones Lang LaSalle. Este trabalho inclui a definição dos valores das rendas, despesas de condomínio e demais condições contratuais por loja, negociação com todos os operadores já existentes em Portugal (ex: Fnac, C&A, Sonae, Inditex, H&M, Cortefiel, Regojo), contacto, negociação e angariação de novos operadores (ex: Desigual, Esprit, Minus 5º), definição das clausulas contratuais com a equipa jurídica, *report* para o CFO do Grupo, desenvolvimento de novas fontes de receita, entre outras actividades relacionadas.

Resultado obtido: 90% do espaço comercializado com um renda média acima das previsões, com as principais insígnias europeias presentes e com novas marcas em Portugal

- **Consultor Sénior na KPMG Consulting nas áreas de *Strategic Marketing*** (Marketing estratégico e operacional, *Brand Management* e *Customer Strategy*) e ***Corporate Strategy*** de Abril 2002 a Julho 2005. Projectos com participação a tempo inteiro:

- Março2005-Julho2005: Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing (IADE)

- Diagnóstico à situação actual do IADE (análise externa, interna, swot, fcs, atractividade do mercado,...)
- Definição do plano estratégico da instituição até 2010 (visão, estratégia, objectivos, acções e road map)

- Setembro2004-Março2005: UMM, Europeças, CSantos VP e Grupo Gamobar

- Redefinição da estratégia logística do grupo de empresas, avaliando os custos/benefícios da centralização de todas ou apenas de parte das operações (armazéns, distribuição e actividade comercial) e a sua articulação com a estratégia do grupo
- *Quick scan* (diagnóstico aprofundado à situação actual das várias empresas, a vários níveis: estratégia/processos/organização/sistemas de informação/infraestruturas) e definição de alternativas estratégicas para o crescimento de cada uma

- Agosto2004-Fevereiro2005: Rio Ave FC

- Apoio ao desenvolvimento da unidade de negócio Merchandising (equipamento principal e secundário, mascote, logotipo, loja, merchandising para o canal Horeca e para o segmento estudantil) e avaliação preliminar do projecto do novo estádio (estabelecimento de contactos com operadores imobiliários, Câmara Municipal, investidores estrangeiros potenciais e análise de alternativas).

- Membro do Júri do concurso nacional de merchandising desportivo organizado para o clube, com várias entidades do desporto nacional, da academia e empresas (de media, design,...), onde foram seleccionados os equipamentos do clube para a época 2005/2006
- Julho2004: Cibal (Grupo Sumol)
  - Diagnóstico para identificar oportunidades de melhoria na Cibal (ênfase na gestão do canal Horeca)
- Julho2003-Julho2004: CSantos VP
  - Definição da estratégia de Marketing do negócio de peças para o ano 2004 e apoio na implementação por forma a aumentar o ROI em 6,2 pontos percentuais (composto por 8 sub-projectos: Análise dos clientes; Análise de Mercado e Análise Interna; Definição de objectivos de venda; Reafecção da carteira de clientes; Níveis de desconto, segmentação e nova proposta de valor para os clientes; Política de promoção de produtos; Implementação de telepeças/internet; Campanhas e promoções)
  - Análise de rentabilidade dos negócios de peças e oficinas
  - Definição da estratégia para os negócios de peças e oficinas
- Março2003-Junho2003: Câmara Municipal de Coimbra
  - Elaboração do Plano Estratégico para o estádio municipal de Coimbra (incluiu: Modelo de Gestão e Exploração, Modelo Financeiro e Modelo Organizativo)
- Abril2002-Março2004: Co-Gestor do Projecto Benfica Estádio, SA, composto por 20 sub-projectos, nomeadamente:
  - Definição do modelo de negócio do novo estádio e apoio na sua implementação
  - Definição da estratégia comercial para sócios e empresas no novo estádio da Luz (produtos, preços, canais, comunicação, relação com os Media, entre outros) e apoio na sua implementação
  - Recrutamento, organização e esquema de remuneração da Força de Vendas
  - Definição e implementação da estratégia do *Business Center* e apoio na sua implementação
  - Definição da estratégia de *Naming e Pouring rights* (patrocínios do estádio) e apoio na implementação
  - Definição da estratégia de *Catering* e respectivos caderno de encargos, avaliação e negociação
  - Definição da estratégia para o *Health Club* e respectivos caderno de encargos, avaliação e negociação
  - Definição da estratégia do novo centro comercial em colaboração com a Cushman&Wakefield
  - Definição da estratégia de *CRM* e apoio na sua operacionalização (*Goldmine* + questionários aos sócios,...)
  - Definição da estratégia comercial para o parque de estacionamento
  - Ajustamento da obra e decoração de interiores, em colaboração com a HOK (empresa de arquitectura Australiana) e Northcroft (Consultores internacionais de construção)
  - Definição da estratégia do *Benfica Village*
  - Estudo de viabilidade para o Museu
  - Elaboração dos relatórios mensais de vendas para o sindicato de bancos (ES Investment, CGD, BPI), por forma a acompanhar o cumprimento das obrigações do Project Finance
  - Planos de contingência (marketing-mix de novos produtos, metodologia de lançamento, objectivos)
  - Definição da estratégia para a viabilização das modalidades amadoras
- **Consultor Senior na PricewaterhouseCoopers Consulting** (PwC Consulting, actual IBM Business Consulting Services) nas áreas de **Strategic Change** e **Customer Relationship Management (CRM)** de Abril 2000 a Abril 2002. Projectos com participação a tempo inteiro:
  - Grupo Caramulo (Nutroton, Multiaves, Iberfer): Elaboração da estratégia do grupo (análise externa, diagnóstico interno, plano estratégico e reestruturação organizacional)

- Desenvolvimento dos serviços de consultoria de *CRM/Customer Analytics* (apresentações a clientes, propostas, point of views, metodologias, desenvolvimento dos produtos, parcerias, contactos internacionais,...)
- Estudo sobre “Os desafios estratégicos da liberalização do sector eléctrico e do Gás em Portugal 2003-2005”
- TAP: Pré-diagnóstico para a instalação de uma solução de *e-Procurement*
- SideUp (PTMultimedia): Desenho da estratégia para a angariação de clientes, sua identificação e *road map*
- Nestlé: Segmentação dos clientes de café para a pré-implementação de um sistema de *CRM*, com o objectivo de avaliar a rentabilidade dos clientes e definir a proposta de valor futura por segmento
- AMBAR: Elaboração do plano estratégico da empresa (análise externa, diagnóstico interno, estratégia de internacionalização, estudo de mercado e plano estratégico)
- Tradecom: Elaboração do plano estratégico para 10 portais verticais para vários sectores da economia portuguesa, nomeadamente têxtil, distribuição, telecomunicações, químicos, papel, automóvel, plásticos e um *MetaMarket*
- Trabalho sobre os grandes grupos de conteúdos a nível internacional e em Portugal (Viacom, Vivendi Universal, AOL/Time Warner, Bertelsmann, Disney, News Corp, Prisa, MediaSet, Impresa, RTP...)
- RAR/Geotur: Elaboração do plano estratégico para a nova economia, *business case* e avaliação da Geotur Tait, com o objectivo de preparar a compra da Geotur pela RAR
- ONI Telecom: Definição de processos de Marketing e vendas e atribuição de funções; Definição da estratégia para a constituição de uma unidade de serviços partilhados na ONI.SGPS; Diagnóstico e relançamento do Acesso Directo

● **Professor da disciplina “Turismo Internacional” da Pós-Graduação do INDEG/ISCTE** em “Gestão de produtos turísticos”, de Novembro 2000 a Fevereiro de 2001. (encerramento com um seminário sobre “A organização pública do turismo em Portugal e em Espanha”)

● Três funções sucessivas na **TAP-Air Portugal, SA** de 1 de Julho 1997 a 2 de Abril 2000:

- **Network Development Manager** para os mercados do Atlântico Norte (EUA), Centro (Venezuela e República Dominicana) e Sul (Brasil), no departamento de *Network Development* da Direcção Geral Comercial, de 3 de Maio de 1999 a 2 de Abril 2000.

Funções: Desenvolver propostas para o plano estratégico de médio prazo da empresa para cada um dos mercados (programa de exploração e acções comerciais), Explorar proactivamente novas oportunidades de negócio (ex: acções conjuntas e posteriores negociações com a Delta Airlines/Atlanta, com a aliança Qualifyer/Zurique), Efectuar os estudos necessários para o desenvolvimento da rede e consequente abertura e fecho de linhas, Desenvolver as actividades necessárias para o lançamento de novas linhas, Definir e controlar os objectivos de Marketing, Acompanhamento dos resultados das linhas e Recomendar medidas correctivas a introduzir (numa óptica de Produto, Preço, Distribuição e Comunicação).

- **Marketing Manager** na Direcção de Vendas em Portugal da Direcção Geral Comercial de 1 de Setembro 1998 a 2 de Maio 1999.

Funções: 1) implementar a estratégia definida pela McKinsey para o departamento; 2) responsável, no mercado português, pela elaboração, aplicação e controle do Plano de Marketing, nomeadamente, pela definição da política de preço para todos os destinos da rede TAP à saída de Portugal, pelo programa de fidelização dos colaboradores das agências (TAP-In), pela política de comunicação não-institucional no mercado nacional (publicidade “*hard selling*” e de produto, Marketing Directo, organização de eventos,...). Chefia de uma equipa composta por 7 pessoas.

- **Revenue Manager** das linhas de Espanha (Madrid e Barcelona) na Direcção de Rede da Direcção Geral Comercial de 1 de Julho 97 a 31 de Agosto 98.

Funções: uma espécie de *Broker* que procura obter a receita máxima para cada um dos vôos TAP, através da análise em tempo real da oferta/procura e da respectiva adaptação do leque tarifário, tanto no mercado português como espanhol.

● **Professor assistente** do 3º ano da disciplina de “Marketing II” na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Leiria (**ESTGL**) de 27 de Fevereiro a 2 de Agosto 1997.

### III- HABILITAÇÕES ACADÉMICAS

---

Dezembro 2015 - **Executive Course** “Aligning Strategy & Sales” – **Harvard Business School** - Boston

1996-98- **Mestrado** em Ciências Empresariais na área de especialização em Gestão, Estratégia e Desenvolvimento Empresarial na dominante temática Marketing e Negócios Internacionais, no **INDEG/ISCTE**, sob a orientação do Prof. Doutor Paulo Rita (nota final: Muito Bom por unanimidade. Presidente do Júri: Prof. Doutor Luís Reto).

1995-96- **M.B.A.** do **INDEG/ISCTE** com especialização em Marketing e Negócios Internacionais (segunda melhor média final = 15,2).

1990-95- **Licenciatura em Economia** na Faculdade de Economia da **Universidade de Coimbra** (média de curso = 14,2 – 5ª melhor média final).

4º ano feito em Bruxelas na **Université Libre de Bruxelles** (ULB) com bolsa Erasmus (disciplinas feitas na Faculdade de Economia, na Solvay Business School e no Instituto Europeu da mesma Universidade) -- (Marketing = 18).

1984-1992- **Diplôme de Hautes Études Françaises** (*Alliance Française* completa - equivalência a grau de Bacharelato)

1978-83- Primeiro e segundo ciclos feitos em Paris (França).

### IV- HABILITAÇÕES COMPLEMENTARES

---

Cursos vários:

- Curso “Produtividade e Logística Colaborativa”, 27-28 Outubro 2004, APLOG, Lisboa
- Curso “*Global Risk Management and Independence Course*”, 19-20 Dezembro 2003, KPMG Consulting, Lisboa
- Curso “**Team Leader in action**”, 14 a 18 Janeiro 2002, PwC Consulting, Estoril
- Curso de *Project Management* denominado “Zentoria”, 7 Setembro 2001, PwC Consulting, Lisboa
- Curso “**Customer Analytics - CRM**”, 29-31 Agosto 2001, PwC Consulting, Amesterdão
- Curso “*Customers really matter: an introduction to CRM evaluation*”, 2 Junho 2001, PwC Consulting, Lisboa
- Curso “*Introductory to Consulting*”, 6-11 Maio 2001, PwC Consulting, Tomar
- Curso “*Telecomunicaciones*”, 19-21 Março 2001, PwC Consulting, Madrid
- Curso “*E-Business Conversion Course*”, 4 Maio 2000, organizado pela PwC Consulting, Lisboa
- Curso “**Management Development Pool 1999-2000**” (destinado a preparar os jovens quadros do SAirGroup e do Qualiflyer Group, tendo sido o elemento seleccionado para representar a TAP) sobre liderança, estratégia, *life balance*, relação com os media, relações multiculturais, novas tecnologias, negociação e finanças (tendo realizado no âmbito do curso, um trabalho de *Benchmarking* de liderança na British Telecom com o CEO e o CFO em Londres). Professores da *Business School* de Aix-en-Provence e Harvard (Jadish Parik, Pierre Casse, Maurice Saias,...). Cursos de 5 dias, uma vez de 2 em 2 meses, durante 2 anos em Zurique
- Curso intensivo de “**Competitive Intelligence**”, 20-21 Setembro 99, ICM (International Communications for Management Group), Londres
- Curso intensivo de uma semana de “**Airline Marketing**”, I.A.T.A. (Associação Internacional do Transporte Aéreo) em Genebra, realizado com distinção -- Fevereiro 1998

- Curso intensivo de “*Market Impact*” (programa de análise dos mercados), 13-17 Abril 1998, Lufthansa, Frankfurt

Línguas vivas:

- **Francês fluente** (falado e escrito):
- **Inglês corrente** (falado e escrito): Diploma de Oxford (British Council)
- **Italiano básico** (falado e lido): Frequência de um curso de italiano na embaixada de Itália em Bruxelas
- **Espanhol básico** (falado e lido)
- Bons conhecimentos de informática na óptica do utilizador: *Office, Access, Internet Explorer, Outlook Express*.  
Conhecimentos de SPSS

## V- OUTRAS ACTIVIDADES

---

### Conferências e seminários (Orador)

- **Orador** convidado no seminário “Revolução 4.0”, nas comemorações do 4ºano do suplemento económico do DN/JN: Dinheiro Vivo ; Fevereiro 2016; Sheraton Porto
- **Orador** convidado no seminário “O Case Study das sardinhas da EGEAC e Bordallo”, em Lisboa; Novembro 2015; Museu Bordallo Pinheiro
- **Orador** na abertura das exposições 20 Bordallianos do Brasil na Gulbenkian em Lisboa, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo, 2013
- **Orador** convidado no seminário “As empresas nacionais, a globalização e o mercado de emprego”, com o tema “Estratégia de internacionalização do Grupo Visabeira e oportunidades de carreira”; 3 Abril 2007; Universidade de Coimbra
- **Orador** convidado no seminário “Consultoria, Auditoria e Finanças Empresariais”, com o tema “A consultoria em 3 Case Studies”; 11 Abril 2005; Universidade de Coimbra
- **Orador** convidado na conferência “*Stadia Revenue Management*”, com o tema “*Strategies to maximise revenues for new stadiums*”; 2-3 Novembro 2004; Berlim
- **Orador** convidado na palestra “Valor das marcas e métodos de avaliação” no âmbito da Pós-Graduação em Logística e Distribuição do ISEG; 20 Janeiro 2003; Lisboa
- **Orador** convidado no seminário “O CRM nos Media” na Universidade Independente, sobre o tema “CRM: conhecer os clientes de amanhã para agir hoje” (duração da intervenção: 1h30); 17 de Maio 2002; Lisboa

### Artigos Publicados

- Vários artigos e entrevistas publicadas em vários meios de comunicação, portugueses e estrangeiros

### Outros interesses

- Participação como figurante, na campanha publicitária institucional da TAP-Air Portugal de 1999
- Prática regular de futebol de 5
- 3 anos de conservatório (piano, viola clássica,...)
- Viajar. Países conhecidos: Angola, Argentina, Áustria, Brasil, Canadá, Chile, Cuba, E.U.A.,...
- Música, cinema, literatura, fotografia a preto e branco,...