

THE KEY OF MÓNICA

Tinha 23 anos quando criou a sua primeira empresa, depois de se ter destacado em Londres como “waitress” numa Pizza Hut. Mónica Chaves foi sócia-fundadora da Nomimarketing em 1989; em 2005, e após a cisão da empresa, fundou a Brandkey, onde assume a direção-geral

POR SUSANA BAPTISTA DIAS
FOTO DE PAULO ALEXANDRINO



O seu primeiro emprego foi como “waitress” numa Pizza Hut em Londres, durante seis meses. Tinha terminado a licenciatura em Relações Públicas e Marketing no Instituto Superior de Novas Profissões e pensou que ainda não estava na altura de procurar um emprego na sua área. Parte à descoberta numa aventura em terras de sua majestade e quando regressa – tinha 23 anos – funda com mais três sócios uma das primeiras agências de marketing promocional – como era designado na altura –, a Nomimarketing. Chama-se Mónica Chaves, tem 42 anos, é mãe de quatro filhos, e directora-geral da Brandkey, onde é a única sócia.

Determinada em tudo o que faz, é com a mesma convicção que se recorda da adolescência como sendo uma “borguista”, saía muito à noite, estudava o essencial na véspera dos exames e tinha muitos amigos, mas gostava, essencialmente, de viajar com as amigas. Lembra ainda hoje com um sorriso um inter-rail entre Itália, França e Grécia. Por isso, o seu filme de eleição é o “Mamma Mia”, que lhe recorda esses tempos. Irmã do meio de dois irmãos, um pediatra e outro gestor, a única imposição dos seus pais foi que seguisse os estudos superiores. E o INP era, na altura, das poucas instituições com credibilidade na área da Comunicação. Por isso, a escolha surge quase como que por desígnio.

Quando decide fazer o seu “estágio” em Londres, a lição que aprende é de que «façamos o que fazemos na vida temos sempre que dar o nosso melhor». E assim se destaca como excelente “waitress”, e é com profissionalismo que ganha boas gorjetas que lhe permitiam ir ao teatro, fazer compras, sair com as amigas... enquanto o ordenado pagava as despesas fixas. Entre elas, a renda de um apartamento alugado numa casa de freiras, que tinha o inconveniente de ter um horário de entrada fixo a cumprir, por isso, quando queria sair à noite, deixava a porta das traseiras, que dava acesso à lavandaria, aberta e quando regressava saltava o muro e entrava pela porta entreaberta.

Viveu, experienciou, conheceu e fez novos amigos. Até que chegou o momento em que o sentido de responsabilidade lhe ordenou que era altura de voltar para Portugal e começar

a trabalhar naquilo em que se tinha formado. Tinha 23 anos e, com mais três sócios, funda a agência Nomimarketing. Na altura, pouco se falava de marketing promocional – o core business da empresa – e havia todo um mercado a ser explorado.

Mónica Chaves evoluiu e aprendeu com o crescimento do mercado, assume que da Universidade trazia apenas os conhecimentos teóricos e que foi a prática que lhe ensinou tudo o que sabe hoje. Há quase 20 anos a trabalhar em comunicação e marketing below-the-line, especializou-se em trademaking, promoção de vendas, event marketing e design promocional. Também alguns dos clientes a acompanham desde o primeiro dia e outros «há 12, 10 ou 8 anos», acentua. Trabalha com marcas de empresas como Grupo Unilever, Compal, Nestlé, Colgate, PT, Kraft, Centralcer, TMN, entre outros. Também as suas equipas são fixas, com pouca rotatividade, hoje a equipa chega quase aos 50 colaboradores.

O sucesso e o crescimento da Nomimarketing viriam a ditar a cisão entre esta e Brandkey, em 2005. Desde essa data que assume os comandos da Brandkey em exclusivo. O que permitiu um crescimento exponencial para as duas empresas.

A Brandkey tem-se destacado por explorar segmentos que até então mereciam pouca atenção: crianças e maiores de 50. Um território, que, segundo Mónica Chaves, tem muito a ser feito em termos de comunicação e que

permitiu à agência especificar-se nestes segmentos, ganhando em notoriedade.

Em 2003, Mónica Chaves foi responsável pela abertura do departamento de marketing infantil ainda na Nomimarketing e no mesmo ano realizou o primeiro Seminário de Marketing Infantil em Portugal, que vai já para a sua quinta edição. Projectos que se iniciam antes da cisão entre as duas empresas e que permanecem na Brandkey.

O seu espírito empreendedor e pró-activo desafia-a a lançar-se constantemente em projectos inovadores, como foi o caso do Fórum Criança e o All About Teens. Iniciativas que visam a promoção e conhecimento deste target, bem como o incremento e a importância da comunicação com o segmento de criança e adolescente, respectivamente.

Apesar de estar sempre a pensar em novos projectos e com um sem-número de tarefas entre mãos, Mónica Chaves não trabalha ao fim-de-semana – só em raras exceções –, e todos os dias tem tempo para levar e ir buscar os seus quatro filhos à escola. Além de que faz questão de os ajudar a fazer os trabalhos de casa, mesmo que depois tenha que voltar ao trabalho. Como o consegue? Diz que é necessário uma grande capacidade de organização e acima de tudo porque o tempo lhe ensinou a importância e a arte em saber delegar funções e tarefas, «além de poder contar com uma equipa excepcional».

Os filhos são a sua prioridade, os amigos

completam-na e o trabalho motiva-a diariamente, por isso, Mónica Chaves diz de sorriso aberto que tem «uma vida recheada».

As viagens continuam a marcar o ritmo da sua vida, agora sem as amigas, mas em família. Não dispensa férias na neve, nem os esquis, desporto que os seus filhos aprenderam quando ainda usavam chucha.

Sem nunca parar e com teimosia em tudo o que faz, Mónica Chaves pretende levar a Brandkey mais longe e já abriu a Brandkey Espanha, com escritório em Madrid. Em quatro meses de actividade conquistou cinco contas no país vizinho. A agência estendeu-se também ao digital e abriu a Brandkey Digital, com outros dois sócios, detentores de know-how. Na área E para além da Brandkey, está ainda envolvida numa empresa de fund raising - a Call to Action, com mais duas sócias – uma marketeer e outra publicitária –, especializada em desenvolver estratégias e planos de marketing para associações de solidariedade.

A par com a estratégia das empresas, a directora-geral ainda se dedica às letras, sendo co-autora do primeiro livro de marketing infantil em Portugal – “Kids Power – A Geração Net em Portugal”.

Mónica Chaves sente-se uma pessoa completa, por isso, o futuro passa por consolidar as novas apostas da Brandkey e garantir que os seus colaboradores são pessoas felizes, «porque pessoas felizes fazem empresas felizes e de sucesso», garante a directora-geral. ©

Curriculum

Nome
Mónica Chaves

Idade
42 anos

Cargo
Sócia e directora-geral da Brandkey

Formação
Licenciada em Relações Públicas e Marketing pelo Instituto Superior de Novas Profissões

Livro
Cartilha Maternal de João de Deus, o livro que permitiu ler todos os outros livros

Filme
“Mamma Mia”, por lhe fazer lembrar a si e às suas amigas

Música
Depende do estado de espírito

Hobbies
Filhos, família e amigos

Posicionamento
«Positiva, não acredito na crise. Acredito, antes, nas pessoas. E acredito na coragem, não enquanto inexistência de medo, mas sim em reconhecê-lo e enfrentá-lo»

Marcas
“As dos meus clientes!”