

João Manuel de Andrade Fernandes

Data de Nascimento: 06/08/63

Habilitações Académicas

Licenciado em Ciência Farmacêuticas pela Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa

Pós-graduação em Marketing pelo Instituto Superior de Gestão

MBA em Marketing pela Escola de Pós-graduação em Ciências Económicas e Empresariais da Universidade Católica Portuguesa

Actividade Profissional

2006 – 2007 Director Geral da Farma APS, tendo participado na reestruturação e integração de uma nova equipa de gestão (D.Financeira, D.Operações Industriais, D.Logística, D.Técnica e estrutura comercial). Reforço da interligação entre as diferentes áreas de actividade da empresa (Industrial e Comercial).

2003 – 2006 Director de Marketing da General Motors Portugal, com a responsabilidade pela definição e implementação da estratégia de marketing de todos os produtos da marca Opel.

2000 – 2003 Director Geral da ITF Farma e coordenador das áreas financeira, recursos humanos, legal e comercial. A ITF, iniciou a sua actividade em Dezembro de 1999, com 35 elementos e atingiu o “break even” ao 3º ano de actividade com uma facturação anual de € 7,5 milhões.

1994 – 2000 Brand Manager da Opel Portugal onde desenvolveu as estratégias de produto, preço, comunicação e distribuição de todos os modelos de passageiros. Elaboração de campanhas promocionais e de produto. Controle e gestão da formação de vendas e de pós-venda. Controle e gestão do Budget. Coordenador das actividades de advertising e promoção. De 1997 até Setembro de 1998, exerceu ainda funções de responsável pelos sistemas da qualidade de toda a rede comercial, em especial nas áreas de vendas e pós-venda não técnico.

1993 – 1994 Business Unit Manager da Merck Portuguesa sendo responsável pelo plano de gestão da unidade de negócios (cardiologia), englobando as áreas de marketing, gestão de budget, gestão dos canais de informação. Planeamento de actividade, controle e formação de vendedores.

1991 – 1993 Gestor de Produto da Pierre Fabre Medicament, e coordenador do lançamento de novos produtos nas áreas da Urologia, Cirurgia vascular e Dermatologia. Definição de estratégias de venda e de marketing, organização de congressos e formação de vendedores.

1989 – 1991 Delegado Técnico-Comercial da Biomerieux Portuguesa responsável pela promoção, venda e assistência técnica de equipamento de laboratório e respectivos reagentes na zona da grande Lisboa, Sintra e Cascais