



PORTUGUESE
WOMEN'S
EQUALITY
OBSERVATORY

POWER TO:



CRISTINA SAIAGO

General Manager do Grupo Clarins Portugal

“É imperativo um esforço articulado entre governos, empresas e sociedade para promover a transformação necessária, reconhecendo que essa mudança exige tempo e a vontade genuína de todos os intervenientes.”

Janeiro de 2024

1. As mulheres sentem que ainda existem barreiras relacionadas com o género que as impede de chegar ao topo. O que podem as organizações fazer de diferente para mudar esta perceção?

Mudar a perceção de barreiras de género não é apenas uma questão de políticas, mas de criar uma cultura que valorize e respeite a diversidade como parte da identidade da organização, ou seja, tratar a inclusão como parte do ADN da empresa, e não como um objetivo secundário.

Os líderes desempenham um papel fundamental na transformação das perceções. São eles os responsáveis por transmitir inspiração, mas tal só ocorre quando acreditam genuinamente que a diversidade de pessoas traz consigo uma riqueza de perspectivas.

Somente assim, políticas como: igualdade salarial, revisão dos processos de recrutamento e promoção, bem como a organização de sessões de formação sobre preconceitos inconscientes, deixam de ser apenas nobres intenções para se transformarem em resultados concretos.

Quando as mulheres perceberem que podem progredir sem serem limitadas por barreiras invisíveis, isso representará um sinal de que as perceções alcançaram um novo patamar de evolução.

2. Quais as suas expectativas relativamente ao futuro da agenda para a igualdade de género em Portugal? Quando atingiremos a igualdade no topo nas empresas?

A igualdade de género é um tema que tem vindo a ganhar cada vez mais relevância em Portugal, com progressos notórios nos últimos anos. No entanto, alcançar uma verdadeira paridade, especialmente ao nível das lideranças nas empresas, continua a ser um desafio. É preciso tempo para educar nas escolas e na sociedade, é necessária uma conjugação de esforços do sector privado e público. Adicionalmente, a implementação de quotas é uma forma de acelerar o progresso; bem como programas de mentoring e desenvolvimento de competências que permitam às mulheres acelerar a sua chegada a lugares de liderança.

Se o ritmo atual de progresso for mantido e ampliado, é possível que, nas várias gerações vindouras, possamos ver uma maior paridade significativa nas lideranças empresariais. Contudo, para acelerar esse processo, será crucial superar as barreiras invisíveis que ainda persistem, como preconceitos inconscientes, desigualdade nas oportunidades de progressão e a falta de equilíbrio na divisão das responsabilidades familiares.

A igualdade no topo não é apenas uma questão de justiça social, mas também de competitividade, inovação e sustentabilidade para as organizações e para o país.

3. Na sua opinião, existem as mesmas oportunidades de crescimento e desenvolvimento de carreira para homens e mulheres?

As estatísticas mostram que, em Portugal, as mulheres representam a maioria dos estudantes universitários, com cerca de 56% de representatividade. Elas tendem a apresentar melhores desempenhos académicos, terminando os cursos com médias superiores às dos homens. Esse padrão reflete-se também no mercado de trabalho, onde as mulheres mostram alta competência e dedicação nos primeiros empregos, destacando-se como profissionais altamente qualificadas.

No entanto, essa vantagem inicial muitas vezes não se traduz num avanço na carreira, especialmente quando surgem as primeiras oportunidades de promoção. Um dos principais fatores que contribuem para essa desigualdade é a fase da maternidade, que, apesar de ser uma escolha pessoal e natural, pode limitar o tempo e a energia que muitas mulheres conseguem dedicar à sua vida profissional. Essa situação é frequentemente agravada pelas percepções no local de trabalho, onde se assume, de forma enviesada, que as mulheres podem não estar disponíveis para assumir projetos mais desafiantes ou funções de maior responsabilidade.

Como resultado, muitas mulheres são preteridas em processos de seleção para cargos de liderança ou excluídas de iniciativas estratégicas, o que não apenas desacelera o seu avanço na carreira, mas também reforça a desigualdade de género nos níveis de topo.

4. Quando teremos igualdade no topo nas empresas? O que está ainda a faltar?

É imperativo um esforço articulado entre governos, empresas e sociedade para promover a transformação necessária, reconhecendo que essa mudança exige tempo e a vontade genuína de todos os intervenientes.

Através da implementação de políticas robustas, mudanças culturais profundas e práticas organizacionais verdadeiramente inclusivas, é possível impulsionar de forma significativa o progresso rumo à paridade. Quando obstáculos como preconceitos inconscientes, insuficiência de apoio no âmbito familiar e exclusão de redes estratégicas forem devidamente enfrentados e superados, as mulheres poderão finalmente ocupar a sua legítima posição nos altos escalões da liderança, contribuindo para um ambiente corporativo mais equitativo, diverso e competitivo.

5. No seu percurso profissional tem sentido desafios relacionados com o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional? Estes desafios afetam mais um género que outro?

A maternidade continua a representar um desafio significativo na trajetória profissional de muitas mulheres. A pausa decorrente da licença maternidade pode diminuir a sua visibilidade no ambiente corporativo, o que frequentemente resulta na exclusão de promoções ou projetos estratégicos, devido à percepção, muitas vezes errada, de que a disponibilidade ou o comprometimento serão reduzidos após a maternidade.

No meu caso, tive o privilégio de trabalhar com equipas compostas por homens sem preconceitos relacionados ao tema. Um exemplo marcante foi a minha contratação como diretora-geral de uma multinacional quando estava grávida de oito meses. Mais tarde, soube que a short-list incluía outros dois candidatos homens. A decisão revelou-se acertada, considerando que consegui conduzir com sucesso o processo de reestruturação que me foi confiado, além de promover um crescimento sustentável para a empresa no período subsequente.

Contudo, esse momento foi fisicamente exaustivo, exigindo longas horas de trabalho, noites mal dormidas e a responsabilidade de cuidar e alimentar um recém-nascido. Para garantir que tudo funcionasse adequadamente, implementei uma sólida rede de apoio doméstico, o que me permitiu equilibrar, de forma eficaz e qualitativa, as exigências profissionais e familiares.

6. No seu percurso profissional enfrentou situações em que os estereótipos de género influenciaram comportamentos ou tomadas de decisões? Como agir nessas situações?

Trabalhando na indústria cosmética, embora haja uma predominância de mulheres, observa-se que, à medida que se ascende na hierarquia até aos cargos de liderança, a presença feminina torna-se mais reduzida.

Adicionalmente, devido à minha aparência mais jovem em relação à minha idade, enfrentei atrasos na progressão da minha carreira. Para mitigar possíveis preconceitos relacionados com a idade, adotei um estilo de vestuário mais conservador e formal, procurando projetar uma imagem mais alinhada às expectativas corporativas.

Paralelamente, ajustei a minha postura profissional, optando por interações mais formais com a equipa, procurando alinhar-me com as expectativas corporativas, e superar as barreiras de percepção.

Cristina Saiago, 16 de janeiro de 2024

Iniciou a sua carreira profissional no Banco Finantia, na sala de mercados, como Euro Bonds trader.

Com vasta experiência na indústria de cosmética seletiva, destacou-se no Grupo Estée Lauder, especializando-se em lançar e gerir marcas como La Mer, MAC, Tommy Hilfiger e Donna Karan. Estratégias de longo prazo e boa liderança de equipas garantiram o seu crescimento sustentado no mercado português.

Como Diretora Geral da YSL no Grupo Gucci, e mais tarde no grupo L'Oreal liderou uma transformação significativa, reformulando equipas e processos, obtendo excelentes resultados.

Na Clarins, converteu o distribuidor local em filial revertendo, no curto prazo, tendências negativas. Sob sua gestão, a marca tornou-se líder em skincare, resistindo a crises económicas como a Troika e a pandemia de Covid, obtendo resultados positivos únicos na indústria. Esses sucessos refletem uma equipa dedicada, resiliente e motivada, liderada por si.