



Nome e Cognome	<b>Angela Santos Sánchez</b>
Nazionalità	<b>Spagnola</b>
Anno di nascita	<b>1958</b>
Residenza	<b>Madrid</b>
Socio/socia di Banca Etica	<b>sì</b>



ISTRUZIONE E FORMAZIONE		
TIPO ISTITUTO DI ISTRUZIONE E/O FORMAZIONE	PRINCIPALI MATERIE / ABILITÀ PROFESSIONALI OGGETTO DELLO STUDIO	QUALIFICA CONSEGUITA
Facoltà di Scienze Politiche e Sociologia - Universidad Complutense de Madrid-	Specialità: antropologia sociale e ricerche di mercato	Laurea in scienze politiche e sociologia (1982)
Facoltà di Scienze Politiche e Sociologia – Universidad Complutense de Madrid-	Corsi di dottorato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teoria sociologica e cultura letteraria</li> <li>- Teoria sociologica nei suoi testi</li> <li>- Il genere nello sviluppo della teoria sociologica</li> <li>- Verso una teoria sociologica delle identità collettive</li> </ul>
Seminari e workshop interni o in centri specializzati in materie relative alla pratica professionale	Ricerche di mercato, Project Management, formazione di portavoce, gestione delle crisi, ecc.	
Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) – Ministerio de Comercio	Formazione specifica per lavorare come consulente nei Programmi di Supporto alla Internazionalizzazione di PYMES del ICEX. Seminari e Workshop dal 1997 al 2014. Corsi specifici e di base per adeguamenti della metodologia e degli approcci dei diversi programmi.	Consulente omologata dei programmi di internazionalizzazione di PYMES del ICEX (NEXT, PIPE, Industrie Culturali)
Preparatori specializzati	Preparazione all'opposizione per entrare nel Corpo Diplomatico	Non presentata. Combinato con la pratica professionale.

ESPERIENZE PROFESSIONALI		
TIPO DI AZIENDA O SETTORE	ARCO TEMPORALE	MANSIONE/RESPONSABILITÀ
<b>Santos Miura.</b> Servizi di consulenza nel settore del commercio internazionale per le istituzioni. Consulente in programmi per PYMES ICEX. Servizi per l'aziende e professionisti nell'adattare i loro modello di business a nuovi ambienti (globale o locale). Gestione delle crisi nelle imprese familiari e nelle PYMES. Programmi di comunicazione.	2012-2020	<b>Consulente senior.</b> Elaborazione di proposte. Progettazione di programmi. Definizione dell'approccio e ambito del servizio. Gestione e coordinamento di team multidisciplinari, con supervisione di compiti, programmi, e valutazione del rispetto degli obiettivi. Ricerca e analisi sull'innovazione nei modelli di business e negli schemi di partecipazione alla proprietà e alla gestione.  Progettazione di programmi di comunicazione in progetti di arte e cultura.



<p><b>Intralink Ltd.</b> Servizi per l'accesso al mercato e lo sviluppo del business in Giappone, Cina e Corea con una propria metodologia per facilitare l'accesso al mercato e accelerare i tempi di entrata. Intralink ha uffici e un team stabile di professionisti occidentali sul campo, chi sono bilingui in cultura e lingua. I suoi clienti sono aziende europee e americane, in particolare nel campo della tecnologia e con una componente ad alta innovazione.</p> <p><a href="http://www.intralinkgroup.com">Htp://www.intralinkgroup.com</a></p>	2007-2012	<p><b>Business Development Director</b> in Spagna Sviluppo commerciale Intralink in Spagna. Analisi del tessuto imprenditoriale nel campo della tecnologia e identificazione di potenziali clienti nel mercato spagnolo. Presentazione dei servizi Intralink a CEO e investitori. Rappresentanza dell'azienda davanti al pubblico e ai forum pertinenti all'azienda (private equity, capitale di rischio, e istituzioni legate alla tecnologia e alla innovazione). Elaborazione di proposte, negoziazione e chiusura con la direzione europea di Intralink e con il cliente. Coordinamento e presidio dello sviluppo del lavoro con ogni cliente e del consulente assegnato nel paese asiatico, dal <i>briefing</i> fino alla chiusura.</p>
<p><b>Grupo Taric</b> Azienda specializzata nella progettazione e sviluppo di applicazioni per la gestione di operazioni di commercio estero. Area di consulenza concentrata su progetti di assistenza tecnica della Commissione europea in materia di commercio e accordi commerciali</p>	1996-2007	<p><b>Direttrice del Área de Consultoría &amp; Proyectos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Presentazione aziendale e/o di servizi specifici davanti a diverse Direzioni Generali della Commissione europea, pubbliche amministrazioni di paesi terzi beneficiari e altre società</li><li>- Preparazione di proposte per gare d'appalto (metodologia, progettazione del gruppo di lavoro e budget)</li><li>- Ricerca e selezione di esperti per settori specifici. Ricerca e negoziazione con altre società di consulenza e istituzioni (associazioni settoriali, organizzazioni amministrative) a livello statale e negli altri paesi membri dell'UE, per la presentazione delle offerte in consorzio e l'attuazione congiunta di progetti.</li><li>- Gestione del ciclo completo del progetto: piano di lavoro, selezione e assunzione del team, coordinamento di specialisti esterni, supervisione della metodologia, preparazione delle relazioni, presentazione dei risultati, ecc.)</li><li>- Partecipazione attiva ad iniziative istituzionali e private per l'automazione delle procedure doganali e del transito comunitario.</li><li>- Gestione di team multidisciplinari (giuristi, economisti, marketing, ingegneri informatici, programmatori, ecc.) e multiculturali (più di 20 nazionalità)</li></ul> <p>Progetti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Market Development Programmes</i> (missioni aziendali di aziende e/o progetti finalizzati ad attrarre investimenti aggiudicati tramite gara d'appalto per agenzie promozionali in Slovenia, Ungheria e Repubblica Ceca.)</li><li>- Strumenti di analisi per l'impatto delle misure di politica commerciale</li><li>- Programmi di formazione personalizzati (<i>capacity building</i>) per aziende e/o professionisti di istituzioni di diversi paesi nel campo della gestione delle operazioni commerciali estere, della politica commerciale nell'UE e della sua applicazione a settori specifici (prodotti agricoli, norme tecniche. .etc)</li></ul> <p>Principali clienti: Commissione europea, AECID e pubbliche amministrazioni di vari paesi (Ungheria, Repubblica ceca, Slovenia, Siria, America Latina ...) Anche servizi specifici per piattaforme della <i>DG Trade</i> come <i>Market Access Database</i> (<a href="https://madb.europa.eu/madb/">https://madb.europa.eu/madb/</a>) e il <i>Export Helpdesk</i>, che fornisce informazioni sui requisiti di ingresso per le merci nell'UE 27, rivolti ai paesi meno sviluppati (<a href="https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/">https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/</a>)</p>



<p><b>Consulente indipendente</b></p>	<p>1992-1996</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Progettazione ed esecuzione di programmi di comunicazione interna ed esterna.</li> <li>- Posizionamento aziendale</li> <li>- Gestione delle relazioni con i media</li> <li>- Preparazione di materiale mediatico (comunicati stampa, dossier, opinioni, relazioni, ecc.)</li> <li>- Consulenza pubblicitaria e coordinamento del rapporto con le agenzie</li> </ul> <p>Principali clienti: Agencia Española de Cooperacion e Price Waterhouse (progetto per l'Angola). Società di costruzioni specializzata nel restauro di edifici storici. L'operatore di telecomunicazioni NTT in Giappone. Il tour operator di lunga distanza, Nobel Tours. Gestione del processo fallimentare in una PYME, consulenza "on going basis" a Taric SA</p>
<p><b>Burson - Marsteller</b> Consulenza in comunicazione e Public Affairs</p>	<p>1990-1992</p>	<p><b>Dirigente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Progettazione ed esecuzione di programmi di comunicazione per aziende internazionali. Consulenza in materia di politica di comunicazione aziendale, comunicazione interna, relazioni istituzionali e comunicazione del prodotto</li> <li>- Gestione dell'ufficio stampa e relazioni con i media</li> <li>- Coordinamento della partecipazione dei media spagnoli alle conferenze stampa internazionali (selezione dei media, briefing ai dirigenti stranieri, ecc.)</li> <li>- Formazione di portavoce</li> <li>- Preparazione e supervisione dei supporti (fascicolo stampa, brochure, video)</li> <li>- Programmi specifici per la comunicazione in caso di crisi e situazione di rischio</li> <li>- Programmi e azioni di comunicazione interna (progettazione e organizzazione di seminari, workshop e altri tipi di azioni con obiettivi diversi)</li> </ul> <p>Principali clienti: Asea Brown Boveri (ABB), Motorola (cellular infrastructure, mobile telephones, semiconductors, Iridium...) e Northern Telecom.</p> <p>In tutti e tre i casi, dall'ingresso dell'account nell'agenzia, con la progettazione del programma di comunicazione globale e con dialogo diretto con il CEO e la sede internazionale. Programmi di comunicazione di crisi per aziende alimentari, idrocarburi e amministrazioni</p>
<p><b>Price Waterhouse</b> Divisione Consulenza, Dipartimento di Pianificazione Strategica del Marketing</p>	<p>1987-1990</p>	<p><b>Consulente Senior</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Studi di mercato di prodotti industriali, beni e servizi di consumo</li> <li>- Definizione e pianificazione di strategie di marketing</li> <li>- Valutazione dell'organizzazione e della gestione commerciale (marketing audit)</li> <li>- Progetti nei paesi in via di sviluppo per organizzazioni internazionali (Commissione europea e Banca Mondiale)</li> <li>- Progetti per attuare programmi di qualità bancaria: identificazione delle variabili di qualità del servizio. Progettazione e applicazione di test di "pseudo-acquisto". Definizione delle procedure per i dipartimenti del servizio ai clienti, ecc.</li> </ul>
<p>Consulente Indipendente in ricerca di mercato per diversi istituti di ricerca.</p>	<p>1992-1996</p>	<p>Studi basati su tecniche qualitative (gruppi di dibattito e interviste approfondite) a la progettazione di prodotti e servizi. Test di prodotti, pre-test di campagne pubblicitarie, test dell'etichette .... ecc.</p>



<b>Ambasciata di Spagna in Giappone.</b> Ufficio commerciale di Tokyo (programma di borse di studio ICEX)	1984-1985	Analista di mercato. Programma di borse di studio del "Istituto de Comercio Exterior" (ICEX). - Preparazione di relazioni su diversi settori nel mercato giapponese (canali distribuzione, attitudini e preferenze di consumatore, barriere non tariffarie, ecc.) - Supporto per gli esportatori spagnoli nell'organizzazione di missioni commerciali e viaggi di ricerche di mercato, partecipazione a fiere e altre azioni promozionali in Giappone e Corea dal sud.
--	-----------	--

## ESPERIENZE ACCADEMICHE/PUBBLICAZIONI

Seminario sull'economia e cultura di business in Giappone	Master in gestione Affari internazionali - Università Carlos III di Madrid
---	--

## FORMAZIONE, ALTRI

Seminari quadro sul commercio estero dell'UE (Nomenclatura tariffaria, applicazione di preferenze tariffarie, barriere non tariffarie, statistiche commerciali, accordi di libero scambio ... ecc.).	Eslovenia (Slovenian Trade and Investment Promotion Office – TIPO), Hungría (The Hungarian Investment and Trade Development Agency ITD Hungary), República Checa (Czech Trade). Siria, Ministerio de Comercio.
--	--

## STUDI PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE NEL SETTORE DEGLI INVESTIMENTI ESTERI (FDI)

Studio sulle azioni volte a promuovere, attrarre e trattenere investimenti diretti del Giappone nella città di Madrid
Attrarre investimenti da società latinoamericane nella città di Madrid
Investitore attraente nel settore della Business School e formazione post-laurea nel città di Madrid

## ARTICOLI

"Angola: la guerra olvidada"	Per la rivista "Médicos del Mundo"
"Takashi Sasaki, el hombre que estaba allí"	Per la sezione su Fukushima nella rivista "Dar Lugar"

## COMPETENZE PERSONALI

### LINGUISTICHE

<b>Italiano</b>	C1	Fluidità parlata e scritta
<b>Francese</b>	B1	Buon livello di comprensione ed espressione orale. Intermedio scritto
<b>Inglese</b>	A2	Comprensione

## ESPERIENZE PERSONALI, RELAZIONALI, ORGANIZZATIVE

- Partecipazione a reti di supporto per le persone colpite e diffusione in questioni relative a:
  - Abusi e cattive pratiche bancarie in Spagna (SWAP, HMD, IRPH) che hanno richiesto attraverso i tribunali.
  - Movimenti di resistenza alle armi nucleari (ad es. *Plowshares movement*) e verso l'energia nucleare come fonte di energia (Fukushima)
  - Manipolazione dell'opinione e uso del marketing come arma di distruzione di massa (*greenwashing, pinkwashing, purplewashing ...*)
- Partecipazione a iniziative che promuovono lo sviluppo di software e tecnologie gratuiti in quadri di proprietà e responsabilità condivisi (ad es. Guifi.net)



## ULTERIORI INFORMAZIONI/COMUNICAZIONI

Sono una sociologa che ha tornato al suo mestiere, dopo molti anni di viaggio attraverso i mondi business. Mi sono occupato di settori e aziende molto diverse di dimensioni diverse. L'analisi è stata una costante nel mio lavoro e, paradossalmente, lo strumento messo a punto che mi ha fatto capire che era molto difficile esercitare la professione senza tradire i principi etici.

Capisco che l'etica professionale non si manifesta solo nell'onestà del prodotto o servizio offerto, anche sotto il modo di vendita. La raffinatezza delle tecniche di manipolazione per guadagnare quote di mercato nell'era dei big data e il velo della chiamata responsabilità aziendale sono un generatore di sostituti dell'etica aziendale. Le iniziative che mettono davvero al centro l'etica affrontano la doppia sfida dell'estensione della visibilità sociale e della sostenibilità aziendale.