

## Búfalos, gansos e líderes



César Döhler

Na arena corporativa, a competição global está cada vez mais acirrada e as companhias que conseguirem orquestrar seu capital intelectual serão as verdadeiras líderes de mercado. Os búfalos e os gansos nos ensinam maneiras diferentes de liderar. Os búfalos possuem um só líder.

Quando os caçadores querem abater a manada, matam o líder, porque os outros ficam perdidos, esperando que o líder se levante para seguir conduzindo o grupo. Os gansos voam em V, a liderança muda com frequência, com diferentes gansos revezando-se no trabalho de orientação do grupo.

Precisamos saber com urgência quem serão nossos líderes de amanhã. E se serão búfalos ou gansos, afinal. Políticos, empresários, executivos, comerciantes, prestadores de serviço, professores, músicos, jornalistas, entre tantos, podem transformar nosso dia-a-dia. Eles terão uma grande parcela de responsabilidade pela sustentabilidade e sobrevivência do planeta. A busca pela qualidade de vida, por educação, valores éticos e segurança passa por uma forte discussão de como conduzir nossa aldeia global para um destino menos tortuoso.

Fazer a diferença depende de cada um. Muitas vezes, temos a oportunidade de liderar determinadas atividades, nos nossos espaços de trabalho e convivência, por exemplo. O desafio consiste em agregar algum valor para concluir a missão da melhor forma possível, deixando um mundo melhor para nossos seguidores. Assim como fez Jesus Cristo, nos dando a oportunidade de viver e continuar a sua obra.

César Döhler, economista,  
cesar@dohler.com.br

Fala-se muito, nos mais diversos ambientes, sobre liderança. Essa virtude tem raízes no início dos tempos. Jesus Cristo é sempre citado como um exemplo de líder, seguido por tantos outros nomes que entraram para a História. E quem são os líderes atuais realmente dignos desse título?

Uma importante discussão é que, hoje, todos querem mandar (atenção, não é o mesmo que liderar!), mas não há espaço para tanto. O gigantesco desafio dos líderes contemporâneos é fazer com que as pessoas ao redor coloquem em prática o seu potencial, gerando progresso pessoal e profissional. O dito popular "manda quem pode, obedece quem tem juízo" já passou por mudanças – e vai continuar a ser reescrito a cada momento, no embalo de uma nova consciência sobre a vida na coletividade.

Ser líder exige determinação, disciplina, simplicidade, arriscar-se diariamente, tomar decisões rapidamente. Demanda respeito, ética, visão, divertir-se trabalhando, comunicar-se, entre inúmeras outras qualidades. As pessoas precisam receber orientação na caminhada rumo aos resultados almejados.

## INPG apresenta Workcases

O INPG/Sustentare Escola de Negócios apresenta, em março, a obra Workcases, um volume dedicado a apresentar ao público históricas de empreendedorismo de quatro jovens profissionais de SC. Em comum, os quatro criaram e lideraram suas empresas até o sucesso.

Inverso e Murilo Rech, a Chiclete Truck. Todos cursam ou já se graduaram no MBA Empresarial do INPG/Sustentare Escola de Negócios. O livro Workcases estará disponível a partir do final de março através do site do INPG: [www.sustentare.net](http://www.sustentare.net)



Anderson de Andrade, Marcos Sebben, Cláudia Spring e Murilo Rech

## Exame de Bolsas



Quase 500 inscritos realizaram o exame de bolsas de estudo que aconteceu no dia 11/02. As provas foram realizadas em Joinville e Jaraguá do Sul.

### Logística



O livro "Logística Internacional" tem como base a carreira profissional e acadêmica de mais de 30 anos do professor Nelson Ludovico. A obra utiliza

pesquisas das teses de mestrado e doutorado elaboradas pelo autor, bem como os trabalhos desenvolvidos para empresas em projetos internacionais. Sua aplicação é útil em disciplinas de cursos técnicos, graduação, pós-graduação, MBA, doutorado nas áreas de administração, Comércio Exterior, Negócios Internacionais, Economia. Leitura complementar para estudos técnicos.

*Logística Internacional – Um Enfoque em Comércio Exterior*  
Editora Saraiva  
Nelson Ludovico

### Economia



Escrito em uma linguagem acessível, a obra dos professores Otto Nogami e Carlos Roberto Martins Passos traz uma abordagem atual, apresentando um conjunto

de exercícios ao final de cada capítulo que permitem ao aluno consolidar seus conhecimentos. Há também estatísticas relevantes sobre a economia brasileira, que permitirão ao leitor estabelecer contato entre as teorias e os conceitos discutidos com a realidade que o cerca. Várias modificações foram realizadas nesta edição, como a atualização de gráficos, tabelas e dados referentes à economia brasileira e a inserção de novos trechos na obra.

*Princípios de Economia*  
Thomson Learning  
Carlos R. Martins Passos & Otto Nogami

Design, Desenvolvimento de Produtos e Gestão | Design, Programação Visual e Gestão  
11 e 12/04

Cor e Luz: Cromatologia Aplicada – Prof. Lilián Ried Miller Barros

Finanças e Controladoria

11 e 12/04

Análise Financeira com Ênfase no Fluxo de Caixa – Prof. M.Sc. Armando de Santi, USP - Trevisan

Finanças Empresariais | Governança Corporativa

11,12/04

Captação de Recursos – Prof. M.Sc. Francisco Satrke, Trevisan

Gestão de Comunicação Empresarial e Relações Públicas

04,05/04

Comportamento do Consumidor – Prof. Dr. Kleber Markus, Eca USP

ou

09,10/05

Planejamento Publicitário e Mídia – Prof. Dr. Arlindo Figueira Neto, Eca USP

Gestão de Manutenção

28,29/03

Planejamento, Programação e Controle da Manutenção – Prof. Dr. Valdir Cardoso de Souza, FEI - Abramam

Gestão de Marketing | Gestão de Vendas

04,05/04

Comportamento do Consumidor – Prof. Dr. Kleber Markus, Eca USP

Gestão de Negócios

11 e 12/04

Análise Financeira com Ênfase no Fluxo de Caixa – Prof. M.Sc. Armando de Santi, USP – Trevisan

Auditoria

11 e 12/04

Análise Financeira com Ênfase no Fluxo de Caixa – Prof. M.Sc. Armando de Santi, USP – Trevisan

ou

09,10/05

Auditoria de Sistemas de Informação e Controles – Prof. M.Sc. Jakov Trofo Surjan, UPM

Gestão de Operações e Logística | Gestão de Negócios Internacionais

11 e 12/04

Logística Internacional – Prof. Dr. Nelson Ludovico, AWU

MBA Empresarial | Gestão Estratégica de Pessoas

14,15/04

Coaching

ou

18,19/04

Gestão da Carreira Profissional – Profa. Esp. Maria Lúcia Simas Paulino, FAE

Mercado de Capitais e Fundos de Investimento

16,17/05

Modelagens e Métodos Quantitativos – Prof. M.Sc. Ivanildo Lima, Ibmec e BM&F



INFORMATIVO DO SUSTENTARE DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA ANO 3 N.º 7 JOINVILLE MARÇO 2008



## MBA Empresarial, a maneira de impulsionar sua carreira.

Virtudes e características de líderes desenvolvidas na Academia da Competência e Liderança.

Economista César Döhler escreve sobre liderança

INPG firma convênios com a Universidade da Flórida.

Alunos destaque: a realização de um sonho.

EDITORIAL

CHARGE

EXPEDIENTE

## Parcerias internacionais e a consolidação do MBA

Chegamos à primeira edição do Sustentare 2008. Temos diversas razões para comemorar. O MBA do INPG / Sustentare Escola de Negócios, em Joinville, foi considerado o melhor de SC pela revista Você SA. Mais importante é a consolidação da qualidade de nossa escola de negócios como uma das melhores do País. Sinal que estamos no caminho certo. O ano começa a mil por hora. Em fevereiro firmamos parceria com a Universidade da Flórida (EUA) para dois cursos: um de Ciência Forense, para profissionais da área de Direito e o TOEFL (Test of English as a Foreign Language), de proficiência na Língua Inglesa. Entendemos que os cursos de pós-graduação e MBA do INPG / Sustentare Escola de Negócios estão, a cada dia, ganhando mais notoriedade

e nossa missão é expandir a compreensão/entendimento do mundo para nossos alunos. Ao participar do Seminário Internacional New Technologies in Communications and Marketing, oferecido pelo College of Journalism and Communications reiterei esta máxima, juntamente com alunos do MBA. Além da cobertura deste evento e da notícia sobre a importância do MBA para a carreira, esta edição do Sustentare traz ainda o lançamento da Academia da Competência Liderança, um importante instrumento estratégico para os profissionais atuais. Espero que apreciem a leitura.

Wilmar Cidral  
INPG / Sustentare



Prof. Dorinho Bastos. Publicitário, professor do INPG e da ECA/SP

SUSTENTARE é um informativo trimestral de Sustentare Educacional Ltda Ano 3, número 7 março 2008  
Diretor INPG / Sustentare Escola de Negócios, Prof. Wilmar Cidral  
Textos e edição: Primum Comunicare Assessoria de Imprensa (47)3025 7180.  
Jornalista Responsável: Francini Lessa (MTB 3027-SC)  
Contato: francini@primumcomunicare.com  
Projeto gráfico e diagramação: Clichéria Arte Gráfica  
Contato: info@clichéria.com



INPG / SUSTENTARE EDUCACIONAL RUA CORONEL SANTIAGO, 400  
BAIRRO: ANITA GARIBALDI - JOINVILLE - SC  
CEP: 89.203-560 - FONE/FAX: (47) 3026-4950 / 3433-4950  
SUSTENTARE@SUSTENTARE.NET  
WWW.SUSTENTARE.NET

# SUSTENTARE

# A Excelência no Marketing Pessoal

Como planejar adequadamente as nossas ações e os nossos recursos em busca do crescimento pessoal



Prof. Dr. Mitsuru

Há muito tempo considera-se que o marketing pessoal está relacionado somente à construção de uma imagem de uma aparência física, emotiva, espiritual, profissional etc. Assim como a propaganda e o marketing, a expressão marketing pessoal é constantemente utilizada de maneira errônea e pejorativa. O marketing pessoal também deve ser encarado na perspectiva da gestão, o que inclui: planejamento pessoal, organização dos recursos disponíveis, coordenação das ações, controle dos resultados e, porque não, análise de viabilidade econômico-financeira (Yanaze, 2007, p.52).

Como podemos iniciar o planejamento de marketing pessoal? Sugerimos começar pela análise sistêmica da pessoa, ou seja, a partir da análise dos “3 Puts”: *inputs*, *throughputs* e *outputs* (Yanaze, 2007, p.46).

Os *inputs* são as entradas, os recursos necessários para o planejamento pessoal: financeiros, humanos, materiais, informações, técnicas etc. Já os *throughputs* são os processos e condições que agirão sobre os *inputs*: personalidade, atitudes, comportamentos, valores, cultura, grau de motivação, etc.; por último, os *outputs*, que são os resultados da interação dos *inputs* e *throughputs*: o que sou, o que tenho a oferecer aos que comigo interagem (produto pessoal), qual o “preço” que esses públicos estão dispostos a pagar (salário, esforço para estar junto), qual o grau de acesso / trânsito / penetração de que disponho junto aos diferentes públicos (acessibilidade / venda “pessoal”) e, claro, qual a imagem que transmito a eles (comunicação pessoal).

No marketing pessoal, modelos como a Matriz GE (que analisa a atratividade de mercado e a posição do produto nesse mercado) podem ser adaptados para o monitoramento da atratividade de uma profissão – por exemplo, a cirurgia plástica – e a posição do profissional neste mercado – o cirurgião plástico (Yanaze, p.82).

Outro modelo interessante é a Matriz BCG, utilizada tradicionalmente para analisar portfólios de produtos. Para utilizá-la num planejamento de marketing pessoal, deve haver uma adaptação, para possibilitar o acompanhamento dos atributos pessoais (aparência, conhecimento de línguas, domínio da informática, auto-confiança, personalidade, habilidade musical, cultura geral etc.). Assim, podemos detectar quais são os atributos “criança prodígio” (estão em desenvolvimento, merecendo

maior investimento), “estrela” (já são efetivos, produzindo valor agregado pessoal, mas continuam a demandar investimento), “vaquinha leiteira” (já são realidade, não demandando investimentos) e “abacaxi” (atributos menores, que apenas compõem o todo).

Além das matrizes GE e BCG, indicamos o uso do modelo SWOT (*strengths*, *weaknesses*, *opportunities and threats*), que auxilia a análise dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças (Yanaze, p.231). A concorrência por cargos cresce implacavelmente e esta análise pode nos apresentar uma boa noção da realidade em que vivemos e das relações que temos com as pessoas e instituições ao nosso redor.

Todas as pessoas e instituições com as quais interagimos diariamente fazem parte do ambiente mercadológico pessoal - empresa, faculdade, família, amigos, chefes, pares e subordinados, pessoas do clube e da igreja etc. - assim como as variáveis que afetam o cotidiano de uma pessoa - financeiras, sociais, culturais, políticas, tecnológicas, ambientais, legais etc.

O conjunto dos modelos sugeridos neste artigo, mais a análise do ambiente em que se dá a interação pessoal, possibilitam a percepção de oportunidades e ameaças que podem determinar os objetivos e metas pessoais, seja um aumento salarial, a busca de um novo posto, ou uma maior aproximação dos amigos e parentes. Da definição dos objetivos, partimos para as estratégias e ações, podendo ser: incremento cultural e intelectual (cursos de pós-graduação, seminários e eventos, leituras, viagem de atualização ao exterior etc.), melhoria estética (academia de ginástica, re-educação alimentar, intervenções cirúrgicas, “banho de loja” etc.), aumento do *networking* (participação em associações, eventos, ONGs etc.), equalização do tempo “família x trabalho” (agenda de trabalho e projetos profissionais, agenda familiar, férias com a família, programação dos finais de semana etc.). É lógico que todo esse esforço merece uma análise de viabilidade financeira (“há caixa suficiente para bancar todas as etapas?”) e econômica (“no final, vou lucrar com tudo isso?”). Ao fazermos essa análise, descobrimos se o esforço valerá a pena.

Ao procedermos desta maneira, ficamos mais seguros para tomar decisões em nossas vidas, até porque tudo que fizermos repercutirá em todos ao nosso redor. “Navegar é preciso; viver não é preciso”. Fernando Pessoa afirma que não faz sentido viver se não for para fazer a diferença, se não for para criar constantemente, para a melhoria da raça humana. O que propomos é um exercício de precisão, sim, de colocar as informações todas numa folha de papel e, a partir dela, ser navegador de sua própria vida.

*\* Prof. Dr. Mitsuru H. Yanaze é Livre-Docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Coordenador Geral do Centro de Estudos de Avaliação e Mensuração em Marketing e Comunicação – CEACOM-ECA/ USP, Consultor de Empresas, autor do livro “Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações”, Ed. Saraiva, 2007.*

*\*\* Prof. M.Sc. Otávio Freire é Doutorando pela USP, Coordenador-Assistente do CEACOM-ECA/ USP, Professor e Consultor de Empresas.*

## A carreira de líder

Há muito tempo que a tecnologia e a ciência desenvolvem-se rapidamente. As dimensões psíquicas, a ética, o emocional e o valorativo ficaram à margem dessa construção. Assim, desenvolvemos uma tecnologia e ciência incríveis, sem alma, sem coração e sem espírito.

A busca não pode ignorar a necessidade de liderar o próprio eu. A Academia da Competência Liderança é uma ação de educação empresarial inovadora. Integralmente desenvolvida pelo INPG/Sustentare Escola de Negócios, é uma solução personalizada, focada em pensamentos, sentimentos e atitudes.

A Academia tem duração de 264 horas/aulas e a transforma o indivíduo de dentro para fora. Os caminhos a percorrer são auto-conhecimento, tomada de decisão, feedback, liderança situacional, conflitos e negociações, lean thinking, solução de problemas e confiança.

A instituição, assim como a modalidade de ensino, é levada em conta na hora de conseguir um emprego. Quem pretende entrar no mercado de trabalho deve escolher uma escola de renome, com um curso de porte, que mostre ao empregador a preocupação com as qualificações e inovações. Por isso, boas oportunidades de trabalho dependem, também, de investimento de tempo e de dinheiro em um bom curso de pós-graduação em MBA (Master in Business Administration). Este é um bom pedaço do caminho imensa estrada da competitividade profissional. O MBA é um título de especialização em gestão de negócios, que capacita o profissional a atuar como um executivo. O MBA Empresarial, oferecido pelo INPG Educacional, foi o primeiro colocado de Santa Catarina no ranking da revista Você S/A, publicado na edição de outubro de 2007. O curso joinvilense está, também, entre os 20 melhores do Brasil na categoria MBA Executivo. O gestor educacional do INPG Educacional, Wilmar Cidral, afirma que o mérito da conquista é de toda a equipe: alunos que acreditaram na proposta e corpo docente que conseguiram transmitir o conteúdo de qualidade. “Nossa meta para 2008 é melhor ainda mais a qualidade do ensino no MBA”, afirma Cidral. “Com mais de 20 anos de trabalhos e 22 mil

alunos formados, o MBA qualifica profissionais autônomos, empresários, executivos e pessoas que procuram novos negócios a desenvolver uma visão empreendedora e sistêmica” garante Wilmar Cidral. O curso, que é realizado por módulos, possibilita um melhor planejamento das atividades acadêmicas e da vida profissional. “Os temas abordados durante as aulas ajudam a desenvolver um plano de vida e carreira com profundidade no que diz respeito a gestão empresarial e desenvolvimento profissional. “Buscamos sempre a integração entre teoria e prática e a ampliação do networking dos nossos alunos”, explica.

A duração do MBA INPG tem carga horária que varia entre 360 a 420 horas/aula, a diferença está na especialização escolhida. “A escolha do curso certo pesa muito no currículo”, alerta o Cidral. E os números mostram que 92% dos profissionais que passaram pelo MBA do INPG ascenderam na carreira profissional. “O investimento é recompensado com reconhecimento profissional e oportunidades de trabalho”, esclarece o gestor educacional. Para garantir a qualidade do ensino, o INPG opta por professores com vasta experiência em sala de aula e em empresas. 100% dos professores são doutores, mestres ou têm MBA.

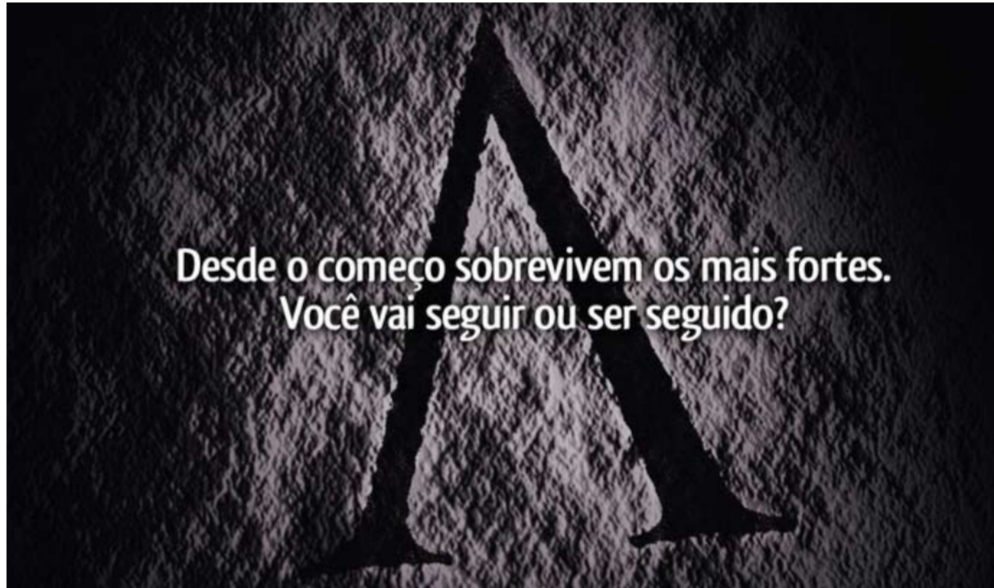
Todos são professores são líderes empreendedores, 40% lecionam na Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV/SP - EAESP), 35% são professores da Universidade de São Paulo (USP) e 100% realizam atividades extra-acadêmicas. O programa do curso inclui disciplinas como Gestão Estratégica, Gestão Estratégica de Custos e Preços, Análise da Conjuntura Econômica, Métodos e Técnicas de Pesquisa e Negociação, Cenário Sócio-Econômico, Engenharia Econômica, Ética Empresarial, Gestão de Marketing, de Operações e do Conhecimento, além de formação específica por área escolhida, Management, maestria pessoal e Lato Sensu Os alunos ainda têm a oportunidade de participar de um seminário internacional em parceria com a Escola de Comunicação e Arte da USP que acontece na sede da University of Florida, nos Estados Unidos. O INPG mantém, também, convênio com três universidades no exterior: Nova Southeastern University (Estados Unidos), Universidade de Extremadura (Espanha) e Universidade Politécnica de Valência (Espanha).

## Metodologia exclusiva desenvolve as virtudes dos líderes

É muito comum o colaborador que mais se destaca em uma atividade técnica ou por tempo de casa ser promovido a líder, mas na hora do “vamos ver”, será que ele está preparado? Na maioria das vezes não! Neste momento, é que se percebe a perda de um grande colaborador técnico e a conquista de um péssimo líder. Além de promover o desenvolvimento dos subordinados, os líderes devem preocupar-se com seu próprio aperfeiçoamento mudando de atitudes, estudando sempre, buscando a melhoria contínua e jamais se deixando acomodar, ou seja, achando que apenas o nível hierárquico em que se enquadra no organograma é o bastante para o seu sucesso.

A Academia da Liderança é um amplo e profundo processo de transformação do líder (ou candidato a líder). A metodologia é diferenciada e dura

de 10 a 12 meses. Os espaços usados são alternativos, a avaliação é feita por instrumentos psicológicos e o corpo docente é capacitado e com experiência prática. O diferencial da Academia é a entrega de um “produto final” mensurável, um Projeto Empresarial Aplicado (PEA). O participante, ao longo de todo o processo, com a ajuda dos professores, aplicar o conhecimento na empresa que atua, inclusive com a participação do superior imediato. Segundo Dave Ulrich, autor do best-seller Os Campeões de Recursos Humanos, “a liderança eficaz exige atributos e resultados”. Os atributos, se bem desenvolvidos, são importantes; se mal desenvolvidos comprometem a eficácia dos líderes. Ainda ele: “os líderes que exibem atributos sem resultados têm idéias sem substância”.



## Assinados convênios com a University of Florida

Nas primeiras semanas de janeiro o diretor do INPG/Sustentare Escola de Negócios participou do Seminário Internacional New Technologies in Communications and Marketing, oferecido pelo College of Journalism and Communications da University of Florida, um programa especialmente criado para profissionais brasileiros da área de Comunicações e Marketing, jornalistas, publicitários, relações públicas, bem como para profissionais da área de Administração, gestores e consultores de empresas. Esta é a quinta versão do programa que é coordenado pelo Dr. Mitsuru H. Yanaze. O contato do professor com a University of Florida acontece desde o ano 2000. O programa está vinculado ao MBA Empresarial do INPG/Sustentare Escola de Negócios como módulo internacional, optativo. O certificado do seminário, equivalente a um curso de extensão universitária, é

expedido pela própria University of Florida. Alunos da Escola de Comunicação e Arte da Universidade de São Paulo também acompanham o Seminário nos Estados Unidos. A duração do programa é de duas semanas, e os palestrantes são renomados professores da Faculdade de Jornalismo e Comunicação da Universidade e acontece no campus central da instituição, mas são realizadas algumas visitas técnicas em cidades próximas, incluindo Gainesville. A preocupação da organização do Seminário é buscar empresas de destaque em suas áreas para estas visitas técnicas. Nos anos anteriores CNN, Coca-cola, Young & Rubicam, Tampa Tribune, Poynter Institute (escola especializada em jornalismo alternativo), Red Lobster (cadeia de restaurantes de frutos do mar) Disney

Underground (bastidores do complexo Disney), NASA, AC Nielsen receberam os participantes. A equipe internacional responsável pelo Seminário Internacional New Technologies in Communications and Marketing – 2008, além do coordenador geral Dr. Mitsuru Higuchi Yanaze, é Dra. Liriam Luri Yamaguchi Yanaze, coordenadora Brasil, Dra. Marilyn Roberts, coordenadora acadêmica EUA, Dra. Suzana Sargent, coordenadora administrativa EUA. Os resultados da viagem foram renovadores, enfatiza o diretor do INPG/Sustentare Escola de Negócios. Wilmar Cidral voltou da Flórida com dois convênios firmados com a Universidade de Florida: um curso de Ciência Forense, para profissionais da área de Direito e o TOEFL (Test of English as a Foreign Language), teste de proficiência na Língua Inglesa, os dois acontecem no primeiro semestre deste ano.



Wilmar Cidral com Suzana Sargent, diretora internacional Education Solutions da University of Florida e Mitsuru H. Yanaze, professor USP e coordenador do Seminário Internacional New Technologies in Communications and Marketing depois da palestra sobre acordos internacionais viabilizando ensino à distancia e intercambio de professores. A programação do Seminário é de duas semanas de cursos com professores renomados da Faculdade de Jornalismo e Comunicações da Universidade da Flórida, no próprio campus central da universidade e algumas visitas técnicas em Gainesville.

## Costurando o Próprio Negócio



Ismar e Rafael

Desde a faculdade de Administração a vontade de ter o próprio negócio. Ismar Schwartz Júnior e Rafael Mauerberger fizeram mais do que sonhar. Uniram forças e montaram uma facção. No início todo o maquinário era alugado e duas pessoas da família trabalhavam oferecendo serviço de costura para grandes empresas. A facção continuou por cinco anos e então começou a desenvolver e vender uma coleção própria. Foi o sucesso das vendas que fez, em 2003, Ismar e Rafael criarem uma marca própria, hoje são duas. “A arremate é destinada as classe A e B do sexo feminino, um produto de alta qualidade na matéria-prima e valor agregado. A Zefferin destinada aos públicos C e D de ambos os sexos, caracteriza um produto popular, mas segue a tendência de moda”, explicou Ismar.

A empresa crescia significativamente. e a necessidade de especialização apareceu. “O curso Gestão de Negócios nos auxilia muito. Precisávamos de um curso focado em gerir com competência nossa própria empresa, e foi o que encontramos no INPG” garantiu Ismar. O Trabalho de Conclusão de Curso de Rafael e Ismar ajudou a implantar melhorias na empresa. Hoje uma grande reestruturação acontece em todos os setores, principalmente com a criação do setor de desenvolvimento e de vendas e a implantação do sistema de gestão. Antes eram apenas três representantes comerciais: um na região oeste do Paraná, um na região norte e outro na região sul de Santa Catarina.

No quadro atual, são 11 representantes em vários estados. E no ano de 2007 foram incorporados 270 novos clientes. Com a contratação de uma estilista e uma auxiliar de estilo, foi possível reestruturar o setor de desenvolvimento de produtos. Hoje as coleções são desenvolvidas dentro de um cronograma e fluxograma que não existiam no passado. A pesquisa de moda baseia-se em pesquisas na internet, em revistas especializadas e em viagens para o exterior.

O catálogo e o site (www.estiloarremate.com.br) foram peças fundamentais para a melhora das vendas. Ismar conta como a marca foi recebida no mercado. “No ramo de confecção é muito importante apresentar o produto de uma maneira atrativa. E depois da reestruturação do catálogo e da criação do site recebemos muitos elogios dos clientes e até mesmo de concorrentes”.

A qualidade do produto e do serviço deu um salto de qualidade depois da aplicação dos ensinamentos do curso de pós-graduação. “No passado existia o sistema de gestão, mas não era usado de forma eficiente. As informações não eram alimentadas no sistema e alguns funcionários eram resistentes ao uso, preferiam continuar utilizando planilhas e controles manuais. Hoje alguns processos de produção são controlados pelo PCP, o estoque e o faturamento são realizados através da leitura do código de barras e as informações gerenciais estão sendo todas alimentadas” explica Ismar.

Todas as segundas-feiras, na manhã, acontecem o chamado comitê. Sócios e chefes de cada setor participam da reunião. O comitê discute assuntos pertinentes a semana, faz o planejamento estratégico e os membros apresentam os números para análise. “Nenhuma decisão que afete o planejamento da empresa é tomada de forma individual, sempre há discussão e votação” garante o sócio. “O INPG nos ofereceu tudo o que precisávamos. Desde a faculdade pensávamos gerir nosso próprio negócio e numa consulta a internet chegamos ao curso de Gestão de Negócios do INPG. A grade do curso era o que procurávamos e a qualificação dos professores de alto nível. Sem contar que a localização era fácil, já que somos de outra cidade” relatou o aluno.

### Livro de cabeceira

Gosto de ler periódicos.

### Lugar que mais gostou?

Gosto muito da praia de Mariscal em Bombinhas. Gosto de praticar esportes na praia. Lá eu esqueço da vida.

### Uma frase?

Bobeira é não viver a realidade. Toda grande empresa já foi pequena.

### Qualidades

Responsável, bom senso.

### Defeito

Ansiedade.

### Contra indicada

Fazer por obrigação.

### Indicada

Trabalhar com o que gosta para obter sucesso na carreira profissional e consequentemente dinheiro.

### Como devo ser utilizada

Reconhecimento do trabalho é a palavra chave.

### Composição

Depende o dia, a hora e o estado de espírito. Às vezes sou muito chato.

### Onde invisto

No meu conhecimento. Posso ficar pobre, mas o conhecimento ninguém me tira.

### Um homem e Uma mulher

Mulher: minha mãe que sempre cuidou muito bem de mim nos momentos de doença.

Homem: meu pai que me ensinou uma importante lição: honestidade.

### Uma palavra

Deus.

### Lazer

Sentar na varanda, ver o movimento curtindo uma música e tomando um cuba com a família e namorada.

### Qual sua missão?

Quero ter uma empresa de sucesso e formar uma família.