

CARREIRAS

Novos cursos formam profissionais do futuro

As áreas de esporte, entretenimento e cultura sentem a falta de gestores qualificados

CAROLINA SANCHEZ MIRANDA
SÃO PAULO

Esporte, cultura e entretenimento. Essas são três áreas que procuram profissionalizar sua gestão, mas encontram dificuldade para contratar profissionais qualificados. A maioria é autodidata, formada no dia-a-dia do trabalho. Quem pretende se especializar já encontra cursos em cada uma das áreas citadas e, agora, a FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado) passa a oferecer uma extensão que abrange a gestão de empresas envolvidas nos três segmentos.

"Há atividades esportivas que são puro entretenimento que não deixam de ser cultura também", diz René Eduardo de Salomon, coordenador do curso, para justificar a união das disciplinas. Ele usa como exemplo a micareta. "É uma manifestação cultural brasileira, que tem influenciado a juventude. Também está relacionada com entretenimento e pode ser associada à disposição física."

Seja de maneira integrada ou independente, o conhecimento de gestão nessas três áreas oferece uma qualificação interessante para o mercado. "Há uma carência de profissionais nessas áreas, principalmente nos clubes", diz Salomon. Segundo ele, no setor de entretenimento, os parques temáticos são os que mais sofrem as consequências de uma administração não-profissional. Na área cultural, seria possível faturar muito mais do que se consegue hoje com executivos à frente dos negócios. "Na Europa e nos Estados Unidos, por exemplo, os museus têm uma grande receita", comenta.



Outro indicio de que o esporte oferecerá oportunidades para gestores profissionais são os planos do Centro Universitário Sant'Anna de oferecer, a partir do segundo semestre, uma pós-graduação *latu sensu* em administração esportiva. A instituição começou a investir na educação voltada para a área, com o lançamento do novo campus na sede do **Sport Club Corinthians Paulista**, que tem inscrições abertas para graduação (quatro anos) em administração de empresas, educação física e para formação tecnológica (dois anos) em gestão esportiva.

"A gestão esportiva é um mercado quase amador. A administração de um clube geralmente é feita por alguém que é de outra área. Ou é um empresário de outro mercado ou é um ex-atleta", diz Arnaldo Sima, diretor de pós-graduação da Uni-Sant'Anna. Segundo ele, hoje o mercado é ocupado por autodidatas. Nesse cenário destacam-se ex-atletas que buscaram formação em administração ou administradores natos. Por isso, os

executivos com experiência e conhecimento específicos são muito bem remunerados. "Essas profissionais ganham dez vezes mais do que um bom administrador", ressalta.

Para Sima, Bernardino é um exemplo de profissional do esporte que tem talento para ser estrategista. A pós-graduação da universidade também pretende formar técnicos, ou estrategistas profissionais. "Depois de cursar as disciplinas básicas, os alunos poderão escolher a especialização: em gestão de organizações esportivas ou estratégia competitiva esportiva".

De acordo com o coordenador do curso da FAAP, as academias estão se interessando bastante pela extensão em esporte, entretenimento e cultura. "O curso também tem sido procurado por quem quer dar um redirecionamento na carreira. O curso tratará das tendências do mundo contemporâneo, interação entre o mercado e seus clientes, gestão financeira, habilidades gerenciais, marketing estratégico, plano de negócios,

entre outros temas.

Se a profissionalização da gestão de empresas esportivas e culturais é uma tendência, a administração profissional do entretenimento já é uma realidade. A demanda por executivos nessa área já é sentida por consultorias especializadas na seleção de profissionais como **NeoConsulting**, **Mariaca** e **Korn/Ferry International**, que apontam o setor de entretenimento como um dos que mais devem contratar executivos em 2006.

A principal demanda é de empresas multinacionais que produzem e comercializam DVDs e das emissoras de canais pagos. Como há poucos especialistas para análise de desempenho, especificamente, o mercado tem recorrido aos executivos de vendas e marketing, com experiências em indústrias

de bens de consumo.

"Estamos falando das pessoas que vêm da indústria de alimentos, cosméticos, etc. Profissionais que entendem de comportamento, psicologia da compra e do perfil do consumidor", afirma Andréa de Paula Santos, diretora da Neo Consulting.

"A interferência da tecnologia torna necessário que os profissionais antevjam o que será consumido e de que maneira será consumido", ressalta Andrea. "Também é preciso identificar as novas tecnologias e saber como usá-las a favor do negócio."

Como protagonistas dessas mudanças estão a explosão de vendas de DVDs, os downloads de música pelo celular e, futuramente, a TV Digital. A sócia-diretora da Mariaca, Patrícia Epperlein, lembra que a decisão do modelo de TV Digital no Brasil pode influenciar o mercado. "Depende de quem será favorecido. O setor de telefonia pode ser muito influenciado", destaca.

REGISTRO

VAGAS PARA BRASILEIROS EM UNIVERSIDADES RUSSAS

A Universidade Aeroespacial de Moscou (MAI) e a Universidade de Instrumentação Aeroespacial de São Petersburgo (GUAP) oferecem vagas preferenciais para brasileiros em todos os seus cursos. Os interessados devem procurar a Associação Latino-americana Russa de estudos superiores (ALAR) até o próximo dia 10 de fevereiro para dar início ao processo de seleção. O embarque está previsto para o final de março deste ano. Mais informações no site www.universidades-russia.com.br e pelo telefone (11) 5505-5898.

ZAMBONI DÁ CURSO DE BRANDING EM SÃO PAULO

Nos próximos dias 13,14 e 15 de fevereiro, a Madia Marketing School (MMS) promove, em São Paulo, das 19h30 às 22h30, o Workshop Branding, a ser ministrado por Ulisses Zamboni, vice-presidente de operações e planejamento da **Giovanni, FCB**. O objetivo é definir conceitos fundamentais para análise de performance de marcas. Além de explanação teórica, Ulisses apresentará diversos casos práticos de construção de marca. Informações e inscrições pelo www.mmmkt.com.br ou pelo telefone 3064.0064.

PROGRAMA TRADERS BRASIL ABRE INSCRIÇÕES PARA 2006

Estão abertas as inscrições para o Programa Traders Brasil 2006. O curso é voltado a profissionais que desejam iniciar a carreira como traders negociadores de comércio exterior para exportação ou importação. É ministrado a distância, tem nove semanas de duração, possui dez módulos de atividades e contempla tanto situações vividas por grandes quanto por pequenas empresas. A FENADVB concede um certificado aos aprovados no trabalho final. Mais informações pelo site: www.dynamyclab.com.

UNIVERSIDADE PITTSBURGH NO BRASIL OFERECE BOLSAS

A Universidade de Pittsburgh no Brasil abriu inscrições para o MBA Executive. A instituição anuncia que pretende distribuir US\$ 200 mil em bolsas de estudos. O MBA é o único de uma universidade estrangeira ministrado no Brasil por professores internacionais e em inglês. Informações pelo <http://www.emba.pitt.edu/soapaulo/index.html> e pelo 5180 3639.

MOVIMENTO

MCAFFEE TEM NOVO DIRETOR-PRESIDENTE

A McAfee, líder em soluções de prevenção de intrusão e gerenciamento de risco, confirma o executivo Márcio Lebrão como diretor-presidente de sua subsidiária brasileira. O executivo já vem implementando estratégias inovadoras para comercialização de soluções e serviços diferenciados de segurança para os mercados corporativo, de pequenas e médias empresas e consumer. Antes de assumir interinamente a direção da McAfee, no final de 2005, Márcio Lebrão atuou como diretor de vendas da empresa por três anos.



Márcio Lebrão

FRANCESCO PALLARO CHEGA À NEW HOLLAND

Francesco Pallaro assume neste mês o cargo de vice-presidente comercial e de marketing para **Case IH** e **New Holland**. Pallaro ocupava até dezembro a função de diretor comercial da CNH para a América Latina. Na nova colocação, além de comandar a área comercial, ele assume a responsabilidade pelos departamentos de pós-vendas e marketing. O executivo italiano está no Brasil desde 1996, sempre atuando na área comercial e de suporte a clientes.

MUDANÇAS NA DIREÇÃO DA CHUBB SEGUROS

Acacio Queiroz, presidente e CEO da **Chubb Seguros**, também ocupa agora a posição de chairman of the board - presidente do conselho administrativo da Chubb no

Brasil. Outra importante alteração é a promoção de Sidney Munhoz a vice-presidente da companhia.

Como parte da estratégia da Chubb de fortalecer cada vez mais o atendimento a clientes e corretores, foi criada a diretoria comercial, ocupada por Rubens Ribeiro. Foi contratado ainda Alexandre Boccia, como diretor de desenvolvimento de novos negócios.

MARCELO OBINO ASSUME CARGO NA META

Meta, uma das principais empresas brasileiras de Tecnologia da Informação, acaba de contratar Marcelo Obino para o cargo de diretor da unidade de negócios Sul. Além disso, o executivo também acumulará a função de diretor de marketing corporativo da empresa, sendo responsável pelo aumento das vendas e pela consolidação da marca no mercado de atuação da companhia.

EMPREENDA

Os sete mandamentos da aviação

Ricardo Bellino*

A entrevista que fiz com Marcos Bolonha, presidente da **TAM Linhas Aéreas**, e que irá ao ar neste sábado pela **BandNews FM**, propiciou a oportunidade de relembrar a trajetória e as lições deixadas por um dos maiores empreendedores que este País já teve.

Refiro-me, naturalmente, ao comandante Rolim. "Seu espírito empreendedor está enraizado na TAM", assegurou-me Bolonha. "O que o comandante nos deixou está escrito, são os mandamentos, a missão e a visão que ele criou para a empresa", disse. E nem poderia ser de outra forma, pois é realmente impossível mencionar a TAM sem associá-la à incrível história de seu falecido presidente.

O homem que imprimiu sua marca na história da aviação brasileira teve uma infância modesta no interior de São Paulo, morando com a família em uma casa de sapé, sem luz nem banheiro. Aos 13 anos, Rolim Adolfo Amaro precisou abandonar a escola para trabalhar e fez um pouco de

tudo: foi ajudante de caminhoneiro, cortou madeira, carregou toras em uma serraria.

Mas aos 17 anos achou que era a hora de realizar seu grande sonho e tirar um brevê de piloto. Teve de fazer vários bicos no Aeroclube de Catanduva para ter condições de custear o curso. Também vendeu tudo o que tinha para poder pagar pelo exame final. Com o brevê nas mãos, Rolim resolveu ir para Londrina e tentou empregar-se em uma empresa de táxis aéreos.

Conseguiu emprego, mas não salário. Qualquer sacrifício era válido para ficar perto de seus amados aviões: limpava as aeronaves, comia sobras

das refeições dos passageiros e dormia no hangar, usando jornais como cobertor. Seus esforços renderam resultados. Depois de algum tempo, foi contratado como piloto da TÁxi Aéreo Marília (TAM).

Contudo, como era o último piloto da escala, só teria chances de pular a lista se o cliente o solicitasse. Foi então que ele aprendeu uma lição que o acompanhou por toda a vida, e que o levou a elaborar várias das máximas que até hoje vigoram na TAM: "Primeira regra: o cliente tem sempre razão; segunda regra: se o cliente alguma vez estiver errado, releia a primeira regra".

Um convite para voar na re-

gião do rio Araguaia o obrigou a deixar o emprego e a transferir-se com a família. Moraram em uma casa de tijolos com telhado de folhas de coqueiro, mas o sacrifício não foi em vão. Rolim conseguiu comprar seu primeiro avião e, apenas dois anos depois, já tinha uma frota composta por 15 aeronaves.

Sua ascensão, é claro, não parou aí. Rolim Adolfo Amaro acabou recebendo um convite para tornar-se sócio da TAM e assumir a direção da companhia. Por ocasião de sua morte — em um acidente de helicóptero ocorrido 2001 — a TAM havia chegado à marca dos 13 milhões de passageiros transportados.

Ao traçar as normas de conduta de sua empresa, Rolim

criou os sete mandamentos que continuam norteando a atuação da companhia até hoje. Vale a pena para alguns instantes para refletir sobre a lúcida sabedoria empreendedora que eles revelam:

- Nada substitui o lucro
- Em busca do ótimo não se faz o bom
- Mais importante que o cliente é a segurança
- A maneira mais fácil de ganhar dinheiro é parar de perder
- Pense muito antes de agir
- A humildade é fundamental
- Quem não tem inteligência para criar tem que ter coragem para copiar

SADIM, O AUTO-SABOTADOR

Embora o Sadim consiga enxergar inimigos por toda a parte, no fundo, seu maior inimigo continua a ser ele próprio. Por mais que sempre tente culpar os outros, são as consequências de suas atitudes e de suas ações que o conduzem ao desastre.

Em resumo: o Sadim tem PhD em auto-sabotagem.

*Sócio-fundador e dealmaker da Trump Realty Brazil e fundador do Inemp, o Instituto do Empreendedor. Palestrante, autor de diversos livros e apresentador do programa "Empreenda com Ricardo Bellino" na BandNews FM

REI SADIM (O ANTI-MIDAS), EM: QUEM CRIA ENCRENCA SE ENCRENCA



SHINTORI RESTAURANTE
新島

O SUNTORY MIDDU: AGORA É SHINTORI

ALMOÇO EXECUTIVO
MÚSICA AO VIVO
NAS NOTES DE 4ª E 6ª FÉRIAS

3283-2455
ALAMEDA CAMPINAS 600