

CASE STUDIES



www.insightnet.com.br/case

REVISTA BRASILEIRA DE MANAGEMENT

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Uma aposta nas mídias sociais como ferramenta de marketing

SISTEMA DE SAÚDE MÃE DE DEUS

Um case de excelência da solução médica

FUNDO VALE

Atuando pela sustentabilidade e pelo desenvolvimento local

MWM INTERNATIONAL

A ação social integrando a empresa e a família

MXT HOLDING

Trajetória marcada pelo domínio da tecnologia

UNIVERSIDADE DE NEGÓCIOS ALGAR

Rentabilidade e certificação do conhecimento

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ONTOPSICOLOGIA

Um veículo de disseminação da liderança e do empreendedorismo

PERSONAL CASE

João Ricardo Lafraia > Presidente da Associação
Brasileira de Manutenção (Abraman)



DIRETOR RESPONSÁVEL	Luiz Cesar Telles Faro
EDITOR	Sérgio Costa
CONSELHO EDITORIAL	Antonio Freitas Antônio Machado Antônio Prado Carlos Osmar Bertero Décio Clemente Francisco Valim Filho Henrique Luz Ricardo Spinelli Roberto Teixeira da Costa Sylvia Constant Vergara
PROJETO GRÁFICO	Marcelo Pires Santana
DIAGRAMAÇÃO	Bernardo Nemer
PRODUÇÃO GRÁFICA	Ruy Saraiva
REVISÃO	Rubens Sylvio Costa
FOTO PERSONAL CASE	Divulgação
GRÁFICA	WalPrint
REDAÇÃO	Insight Engenharia de Comunicação <u>Rio de Janeiro</u> Rua do Mercado 11/12º andar Centro, CEP 20010-120 Tel: (21) 2509-5399 E-mail: insight@insightnet.com.br <u>São Paulo</u> Rua Bela Cintra 746/conjunto 71 Consolação, CEP 01415-002 Tel: (11) 3284.6147 E-mail: insightsp@insightnet.com.br
PUBLICIDADE	Rua Marcos Penteado de Ulhôa Rodrigues 1.119 / 16º andar / conjunto 1.614 Tamboré / Barueri Tel: (11) 4302-3525 E-mail: decio@dclemente.com.br

Publicação Bimestral.
Registrada a 30.06.96/INPI/ISBN

Copyright © 1996 by Insight.

APOIO INSTITUCIONAL	APIMEC IBEF - Rio ABRASCA CÂMARA AMERICANA DE COMÉRCIO
----------------------------	---

Uma publicação associada à
FGV MANAGEMENT

www.insightnet.com.br/case

É proibida a duplicação ou reprodução deste volume,
ou parte do mesmo, sob quaisquer meios,
sem autorização expressa da editora.

FSC

ÍNDICE

ANO XV . Nº 90 . JANEIRO/FEVEREIRO 2012

PERSONAL CASE

João Ricardo Lafraia

"A liderança tem de
se adequar à cultura" **4**

MARKETING

Marcos Facó

Uma aposta nas mídias sociais
como ferramenta de marketing **10**

SAÚDE

*Lucia Boniatti / Claudio Seferin / Rogério Dalfollo Pires
/ Paulo Ratinecas*

Um case de excelência
da solução médica **16**

SUSTENTABILIDADE

Márcia Soares

Atuando pela sustentabilidade
e pelo desenvolvimento local **26**

SOCIAL

*Antonio Paulo Borba Almeida / Vaneska Fogli Messa /
Bruno da Silva Justi / Camila Peres Luz*

A ação social integrando
a empresa e a família **32**

TECNOLOGIA

Etiene Guerra

Trajatória marcada
pelo domínio da tecnologia **42**

EDUCAÇÃO

Andrea Vermont / Patricia Macedo / Cássio Alves

Rentabilidade e certificação
do conhecimento **48**

COMUNICAÇÃO

Telmo Costa / Soraia Schutel / Paulo Ratinecas

Um veículo de disseminação da
liderança e do empreendedorismo **59**

CASES & CAUSOS DE MARKETING

Por *Décio Clemente* **67**

Telmo Costa
Soraia Schutel
Paulo Ratinecas

UM VEÍCULO DE DISSEMINAÇÃO DA LIDERANÇA E DO EMPREENDEDORISMO

A Associação Brasileira de Ontopsicologia (ABO) foi fundada em 1985, com a missão de divulgar e promover a ciência ontopsicológica no Brasil, realizando congressos, seminários, jornadas de estudo e parcerias institucionais. Embora já desenvolvesse atividades desde 1979, surgiu quando da implementação do primeiro curso de extensão universitária em Ontopsicologia no país.



A ABO, fundamentada nos princípios universais propostos pela ONU, pela Unesco e pela Unicef, dispõe-se a colaborar ativamente para a formação e evolução do ser humano em sua totalidade. Mantém intercâmbio com a Associação Internacional de Ontopsicologia (AIO), apoia e promove atividades da Formação Ontopsicológica Interdisciplinar Liderística (FOIL), da Associação OntoArte e do Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro. Também publica livros pela editora universitária Ontopsicológica Editrice, em parceria com a Faculdade Antonio Meneghetti.

A metodologia ontopsicológica é uma ciência epistêmica e interdisciplinar, sendo, sobretudo, utilizada na área de consultoria empresarial estratégica e na formação de liderança. Enquanto conhecimento ontológico, a ontopsicologia pode ser aplicada sobretudo nas áreas econômica, sociológica, filosófica, administrativa, jurídica, artística e pedagógica.

Fundamentalmente, a ontopsicologia analisa o valor positivo e criativo presente em cada indivíduo, possibilitando-lhe, por meio dos instrumentos que essa ciência disponibiliza, conscientizar-se do seu potencial e atue-o na história, obtendo o desenvolvimento integral da própria personalidade (saúde, economia, relações sociais etc.).

O principal objetivo da ontopsicologia é o desenvolvi-

mento criativo do ser humano, ampliando essa função para si e para a sociedade.

A ciência ontopsicológica representa, ainda hoje, uma novidade em absoluto. Sua metodologia é aplicada com sucesso nos campos econômico, político, médico, artístico, científico e pedagógico, como suporte à figura do líder, entendido como intuição ativa de soluções para o social. Devido aos diversos fatores históricos e sociais, o homem perdeu parte de sua intuição e inteligência nativa. Recuperando sua integridade, é possível o conhecimento de tudo o que diz respeito a seus interesses e seu sucesso. A Ontopsicologia é um método para autenticar e estimular o homem criativo.

A partir da década de 1990, a metodologia ontopsicológica foi intensificada e expandida por profissionais de diversas nacionalidades (empresários, médicos, psicólogos, pedagogos), que igualmente verificaram êxito na sua aplicação: o desaparecimento do sintoma ou problema, bem como o desenvolvimento integral do indivíduo em todos os aspectos de sua existência.

As finalidades da ABO são:

- 1. Promover ações e criar, para a população em geral, instrumentos que visem garantir a uniformidade e a exatidão no ensino, na pesquisa e nas aplicações da Ontopsicologia no Brasil, bem como a compreensão e a integração desta ciência em todos os segmentos e atividades da sociedade brasileira;**
- 2. Promover e/ou apoiar a realização de congressos, exposições, feiras, cursos, convenções, seminários, conferências e outros eventos;**
- 3. Traduzir e comercializar livros, revistas, apostilas e quaisquer materiais didáticos necessários ao fiel cumprimento de sua finalidade;**
- 4. Licenciar e comercializar material científico, artístico e literário;**
- 5. Fomentar o ensino e a pesquisa da Ontopsicologia em instituições públicas ou privadas e a publicação de obras técnico-científicas sobre a teoria e as aplicações da Ontopsicologia e da OntoArte, objetivando o incremento cultural e científico dos associados e da comunidade em geral;**
- 6. Incentivar, por meio de suas atividades, o desenvol-**

O principal objetivo da Ontopsicologia é o desenvolvimento criativo do ser humano, ampliando essa função para si e para a sociedade

vimento cultural, científico, social e econômico brasileiro.

CENÁRIO

Em uma reunião entre lideranças da ABO e um grupo de importantes empresários brasileiros, nasceu a ideia de produzir uma revista que se diferenciasse das existentes no mercado. A intenção era elaborar um veículo impresso que representasse o que verdadei-

ramente é a liderança, o empreendedorismo e o potencial socioeconômico da nação.

O foco era priorizar e documentar o trabalho individual de líderes brasileiros – políticos, empresários, executivos ou operários – que representam mais do que uma condição ou classe social, pontos força que compõem a unidade de um povo, bem como as mudanças internacionais que projetam o país como uma potência econômica que hoje se salienta na política global.

A revista, ao retratar a riqueza da nação, almejava ressaltar as essências do povo brasileiro e o valor dessa tão jovem e ao mesmo tempo tão madura pátria. Além de destacar essa terra que surpreende ao figurar como uma das potências mundiais, principalmente quando levado em conta o fato de ter sido tolhido, em alguns períodos, o acesso à cultura e à formação de seu povo. E também o valor que decorre do mérito, sobretudo, de suas lideranças em todos os âmbitos. Pessoas que não têm medo do trabalho e que desempenham o melhor de si, contribuindo para o crescimento de todos. Os resquícios de possíveis sentimentos de “inferioridade” advindos da ausência de conhecimento que alguns têm sobre si mesmos mostravam-se necessários serem vencidos com exemplos de superação. E mais ainda, objetivava propagar o quão bem-vindas são as realidades desenvolvimentistas e expansionistas que oportunizam progresso à população e ao Brasil, que quer crescer e ampliar seu protagonismo local e global.

A revista Performance Líder nasceu em janeiro de 2008. Um veículo de comunicação social que traz exemplos práticos de pessoas (associadas da ABO ou não) que, no seu dia a dia, demonstram no país e no mundo que o exercício da lide-

rança nos diferentes âmbitos sociais é um ganho para todas as comunidades.

DESAFIOS

COMPLEXIDADES E ASPECTOS CONCEITUAIS DA REVISTA *PERFORMANCE LÍDER*

> Mostrar uma visão alternativa do Brasil e de seus líderes, por meio da apresentação de casos e pessoas bem-sucedidas, por seu profundo amor pelo que fazem. O que resulta não apenas em imensa satisfação pessoal, mas também em geração de empregos, riquezas e desenvolvimento

> Assinalar o líder em sua totalidade, revelando sua obra, a maneira como é, vive, trabalha e encara a vida. Porque o resultado final percebido não é casual. Representa escolhas, atos e posturas assumidas por ele dia após dia

> Revelar o que existe por trás das realizações das quais o resultado é o sucesso. São bilhões de reais gerados, profissões almeçadas, objetos de desejo com um profundo respeito pelo próprio crescimento e, conseqüentemente, o da sociedade

> Demonstrar a possibilidade de ir além, apresentando o estilo de vida do líder, suas escolhas existenciais. Uma motivação àqueles que querem algo a mais da vida, como o prazer de realizar sua própria história e contribuir para o bem comum

> Oferecer ao leitor uma visão alternativa do Brasil: a inteligência e criatividade de seus líderes, sua capacidade de ação e realização, sua força e coragem para mudar. Uma realidade poucas vezes apresentada, mas presente ao longo da história da nação e de suas lideranças

> Incentivar e dar exemplos, por meio do seu conteúdo editorial, aos que almejam o crescimento, sempre

> Propagar uma imagem do Brasil que muitos brasileiros não conhecem. Especialmente a daqueles que, ao transformar a realidade à sua volta, dão vazão a seu potencial criativo e transformador e, ao mesmo tempo em que usufruem sua própria realização, geram a evolução dos demais

> Difundir que a essência da *Performance Líder* são a ousadia e determinação. Pela certeza de que a transformação de uma nação passa pela cultura e pelo indivíduo. Um ser que, diariamente, assume riscos, respon-

sabilizando-se pelos mesmos, e que, ao buscar seus objetivos, torna-se referência, favorecendo também a realização das pessoas ao seu redor

> Divulgar os objetivos de desenvolvimento do milênio (seguindo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD)

> Buscar a autossustentabilidade por meio da comercialização de páginas de publicidade. Apesar de carregar em si certo fim institucional, o projeto também deve ser capaz de se manter sem precisar depender integralmente de recursos da ABO.

EXECUÇÃO

UMA PUBLICAÇÃO COM UM CONTEÚDO DIFERENCIADO

O surgimento da *Performance Líder* veio preencher um importante segmento de mercado: o exemplo de sucessos empresariais e institucionais baseados na força e no talento da liderança. Entrevistas, histórias e depoimentos, artigos que objetivam apresentar o Brasil como exemplo de empreendedorismo e liderança para o mundo. A publicação é a única no mercado editorial brasileiro que mostra quem é o líder e qual universo circunda a sua obra. Desvela a existência de uma ligação direta entre o líder, seu estilo de vida, seu trabalho, sua obra e seus resultados. O conteúdo também está focado no resgate e promoção da autêntica arte, cultura e história brasileira.

A primeira edição contou com uma tiragem de 5 mil exemplares; hoje já evoluiu para 11 mil exemplares. Inicialmente editada pela Associação OntoArte, atualmente ela é uma publicação da Ontopsicológica Editrice, que pertence à ABO. A redação se localiza no Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro, no município de São João do Polésine/RS e também em São Paulo, no mesmo prédio que sedia a Formação Ontopsicológica Interdisciplinar Liderística (FOIL)

O projeto foi muito bem-aceito pelos associados da ABO e por importantes multiplicadores de opinião. Tanto que, desde o primeiro número, a revista tem sido sustentada pelo investimento publicitário. São 20 anunciantes, em média, por edição.

Cada número da revista é enviado para um mailing de 8.000 pessoas, entre importantes empresários, políticos, representantes da academia e do terceiro setor de todo o

país. São personalidades que recebem gratuitamente, em mãos, um material de alta qualidade gráfica e conteúdo

TABELA 2
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

• Tiragem: 11 mil exemplares
• Formato: 23 cm X 27,5 cm
• Impressão: off-set em papel couche/4 cores. A capa em papel couchê brilho "Suzano", 230 g/m ² Miolo, papel couchê brilho importado 115 g/m ²
• Nº de páginas: aproximadamente 120
• Periodicidade: semestral
• Distribuição: 80% dirigida e o restante distribuído em eventos ou venda em banca. Distribuição nacional gratuita a um mailing VIP com 8.000 nomes. Por intermédio de editores parceiros, é enviada, ainda, a lideranças e autoridades internacionais na França, Itália, Alemanha, Rússia e países bálticos. Também é oferecida em eventos da ABO. Vendas em bancas premium e livrarias em São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná, Bahia, Ceará e Distrito Federal
• Público-alvo: diretores e presidentes de empresas de médio e grande porte, entidades, autoridades políticas e sociais, multiplicadores de opinião, lideranças do terceiro setor, veículos de comunicação, jornalistas. Através de editores parceiros, é distribuída também a lideranças e autoridades internacionais
• Conteúdo editorial: foco em exemplos de liderança e empreendedorismo. Entrevistas com personalidades, artigos, casos de sucesso. Matérias sobre o estilo de vida e a estética do líder, além de conteúdos sobre arte, moda, viagem e outros
• Equipe de produção: são contratados 15 profissionais, entre jornalistas e fotógrafos. Internamente, quatro profissionais da empresa têm envolvimento direto com a revista
• Colunas/Retranças: Personalidade, Trajetória, Atualidade, Moda, Marca, Viagem, Estilo, Livros, Internacional, Evento, Ser e Ter
• Investimento: aproximadamente R\$ 100 mil por edição, entre produção, editoração, impressão e distribuição.

de vanguarda no Brasil. Por meio de editores parceiros, a revista é distribuída também a lideranças e autoridades internacionais na França, Itália, Alemanha, Rússia e países bálticos.

PORTAL DA REVISTA *PERFORMANCE LÍDER*

Para ampliar o processo de interatividade e disseminação, foi lançado, em fevereiro de 2010, o portal da *Performance Líder* www.performancelider.com.br. O intuito é permitir que seus leitores tenham acesso a conteúdos on-line com a mesma proposta editorial da edição impressa, porém com uma periodicidade mais frequente e num formato de mais rápida leitura que caracteriza o conteúdo para web. É também um espaço para a conquista de novos leitores, ao longo do ano. Isto porque permite aos usuários assinarem a newsletter semanal e disseminarem as notícias que estão sendo veiculadas para seus mailings privados. O website traz sempre conteúdos diversos (negócios, eventos, artes e cultura, perfis, artigos científicos...) complementares àqueles da revista impressa. Para ampliar as opções de acesso do público à publicação, o acervo de edições anteriores - ativo no site - pode ter seu download feito gratuitamente.

Um importante espaço de interatividade foi criado. Os leitores podem enviar à redação mensagens que são avaliadas pelo corpo editorial e, algumas vezes, publicadas na revista. Além disso, a cada edição, eles são convidados para colaborar com suas dicas na seção Livros. O e-mail para contato está sempre disponível na página do expediente.

A *Performance Líder* está presente em todos os eventos da ABO e também quando a Associação participa com estandes em importantes eventos nacionais, tais como o Fórum da Liberdade, em Porto Alegre, e a Bienal Internacional do Livro de São Paulo.

A responsabilidade social da revista é exercida com o apoio a eventos como o Fórum da Liberdade, e o Brasil do Milênio em Paris, realizado na capital francesa para apresentação de trabalhos relacionados aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, no Conselho Econômico, Social e Ambiental da França.

UMA REVISTA COM DESIGN DIFERENCIADO

A publicação possui um projeto gráfico que prima pelo

design - além de clean e moderno, é altamente sofisticado. A proposta de capa, inovadora no mercado editorial brasileiro, enfatiza a ideia do tema ou personagem principal de cada edição, sem intervenção de textos ou chamadas, deixando em destaque o protagonista e o nome da revista. O design interno privilegia belas imagens e fotos, atraindo o olhar do leitor para o conteúdo, escrito com uma tipografia de corpo de texto que contribui para a fluidez da leitura. Os títulos e destaques são trabalhados com tipografias mais artísticas e as seções luxo e estilo apresentam sequências belíssimas de imagens de impacto, dando o toque final de arte e sofisticação ao projeto gráfico.

RESULTADOS OBTIDOS

A CONSOLIDAÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A revista *Performance Líder* passou a ser uma importante ferramenta de comunicação da Associação Brasileira de Ontopsicologia e de seus objetivos institucionais. Os conceitos e ideias da associação passaram a ser difundidos pelo Brasil e pelo exterior. Importantes exemplos de empreendedorismo e liderança foram disseminados por meio da sua publicação.

O projeto editorial ocupou um espaço diferenciado e se tornou um veículo que divulga o que verdadeiramente é a liderança, o empreendedorismo e o potencial socioeconômico brasileiro. Por suas características intrínsecas, aproxima as temáticas da população, disponibilizando conteúdos de teor acessível a muitos e atingindo um grande público por meio de sua propagação.

O seu crescimento foi bastante significativo. A tiragem mais que dobrou de seu início (5 mil exemplares) até o momento (11,5 mil), o número de páginas cresceu 25%, tendo mais de 120 páginas a sexta edição. A sua distribuição já ultrapassou os 55 mil exemplares.

O número de anunciantes cresceu, deixando a revista superavitária e em condições de investir ainda mais em seu portal, na qualificação de seus conteúdos e no incremento de sua tiragem e circulação.

Os números e resultados do portal foram apurados por meio da ferramenta Google Analytics. Esse

Os conceitos e ideias da associação passaram a ser difundidos pelo Brasil e pelo exterior. Importantes exemplos de empreendedorismo e liderança foram disseminados por meio da sua publicação

canal mensurou que, entre fevereiro de 2010 e maio de 2011, o site teve um total de 8.368 acessos. Desses, 36,60% por tráfego direto, ou seja, pessoas que digitaram diretamente o endereço da revista em sua barra de endereços do navegador web; 28,27% acessaram por meio de links o portal, que está disponível em sites de parceiros; e 35,12% acessaram por meio de ferramentas de busca.

Mensalmente, o site tem cerca de 400 acessos. No mês de janeiro de 2011, alcançou sua maior média com 906, o que provavelmente ocorreu pelo fato de a capa dessa edição ser o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

DISSEMINANDO VALORES E CONCEITOS QUE FAZEM A DIFERENÇA

Quando um veículo de comunicação se empenha na divulgação de valores que fazem a diferença, colocando em patamares menos importantes o fato de também ser uma mídia passível de comercialização de espaços, algo realmente caro está sendo importantizado. A crença, a capacidade e a habilidade de favorecer dias melhores para muitos se instala, salienta-se, espalha-se. Uma nação maior começa a ser edificada assim, com certezas como essas e com a generosidade em compartilhar os talentos de muitos brasileiros.

DEPOIMENTOS DE LEITORES E DE ANUNCIANTES SOBRE A REVISTA

"A Performance Líder resgata o orgulho do jeito brasileiro de empreender. Temos a péssima prática de nos criticarmos e elogiar o que é de outros povos. A revista recupera a nossa autoestima, mostrando que o empreendedor brasileiro é excelente na sua gestão, tem

grandes e potentes empresas transnacionais e que a economia está em plena expansão. O diferencial para as demais revistas do mercado é grande devido a sua abordagem humanista e o foco no core business do brasileiro: o amor pelo que faz. A cada edição, inspirado no seu conteúdo e nos casos de sucesso descritos, tenho a vontade de fazer mais, de dar uma contribuição maior aos meus negócios, ao meu país, fazendo da minha empresa uma realização pessoal e coletiva, mais que material."

Ademar Silva Junior, diretor vice-presidente de Finanças da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil

"Cumprimento pela criação de uma publicação com uma proposta interessante e original, que veicula um conteúdo versátil e de qualidade."

Roger Agnelli, ex-diretor-presidente da Vale do Rio Doce

"A importância é, sobretudo, cultural. O Brasil carece de meios de comunicação que gerem conhecimento de qualidade. A maior parte das revistas mostra que o sucesso acontece por meio da sorte, do oportunismo e da corrupção. Poucas mostram o trabalho como prazer, como evolução de personalidade e de sociedade. A Performance Líder mostra. Além disso, é fantástico o efeito que gera, especialmente nos jovens, que despertam para o empreendedorismo e para a liderança."

Dra. Adriane Mendes, professora da Universidade Federal de Santa Catarina, pesquisadora nas áreas de psicologia e microbiologia, consultora.

"A valorização do Brasil e dos brasileiros fez com que a Performance Líder se diferenciasse de tudo o que já havia sido feito até o momento. Isso porque não mostra apenas as pessoas, ou apenas o que realizaram, ou o que têm. Mostra quem são esses empreendedores, que exemplo trazem para as outras pessoas, e o porquê de terem realizado tanto, e de terem tanto. Isto desperta a consciência individual e coletiva dos brasileiros. A revista proporciona aos seus leitores, do início ao fim, uma agradável e funcional imersão em um mundo de ação, de cultura, de arte, de beleza."

Paulo Costa Beber, presidente da Super Tratores.

"Existem poucas publicações de qualidade no Brasil, e menos ainda as que visam mostrar o verdadeiro papel dos líderes na sociedade e as reais características do Brasil. Viajo com frequência para fora do país e, apesar de nossa imagem começar a mudar, ainda temos muito que fazer, pois não somos apenas muleta, futebol e carnaval. Pelo contrário, esse slogan não representa mais o Brasil. A revista começa a expor os grandes líderes, pessoas que constroem e são inspiração para outros líderes e empresas do exterior. Além disso, a Performance Líder contribui para resgatar na sociedade os valores humanistas, e o nosso lado belo e estético, não considerando o imenso sensacionalismo que a mídia comum insiste em ressaltar. Em síntese, gostaria que outras publicações se inspirassem mais no exemplo da Performance Líder, para termos uma mídia que contribua mais para o crescimento das pessoas e do país, e não o contrário, como hoje é usual. A Performance Líder é um estímulo para que façamos cada vez mais e melhor."

Claudia Montenegro, consultora e sócia administradora da FOIL Brasil.

"Sempre foi importante falar de nossas capacidades e nossa virtuosidade, características que o brasileiro tem de sobra. O discurso oficial, no entanto, desvalorizava essas características apontando de forma geral a falta de capacidade dos brasileiros como algo que já nascia com ele. Esta postura lamentável, e que perdurou por muito tempo, hoje começa a ser revista. As realizações dos brasileiros são muitas, em todos os campos. Temos sido líderes e quase nunca falamos sobre isso. A revista Performance Líder vem, agora, resgatar esta característica brasileira, mostrando que não somos aquilo que sempre ouvimos que éramos, ou seja, relapsos, preguiçosos, indolentes. Somos, ao contrário, muito bons e empreendedores. É preciso dar a nós, cidadãos brasileiros, esta possibilidade de reconhecimento para que suplantemos este complexo de inferioridade que sempre nos imputaram. A revista Performance Líder, em seu três anos, vem cumprindo este papel. Ainda bem!"

Dr. Eduardo José Afonso, professor de História e pesquisador de História Brasileira.

"A revista Performance Líder tem uma linha editorial muito pertinente, atual e necessária!"

Otacílio Soares da Silva Filho, diretor do HSBC Private Bank, Suíça

"A revista Performance Líder passou a integrar o acervo da biblioteca do Escritório de Representação do Ministério das Relações Exteriores em São Paulo, de tal modo que estará à disposição, para consulta, do corpo consular acreditado em São Paulo, personalidades internacionais, estudantes e público geral."

Rodrigo Massi da Silva, do Ministério das Relações Exteriores, Escritório das Representações em São Paulo (Eresp)

"Anunciar na Performance Líder significa contribuir com um projeto de vanguarda, já que sua proposta é apresentar ao público brasileiro o que temos de mais genuíno e nobre no mundo, mas especialmente em nosso país."

Josiane Barbieri, consultora empresarial, sócia-diretora da empresa Metanoia Dirigencial Consultoria e Eventos (São Paulo/SP)

"A revista Performance Líder tem uma proposta voltada à produção e difusão de conteúdos éticos e belos, visando à melhoria do Brasil. Uma revista que fala sobre liderança, mas que também quer liderar na qualidade de seu conteúdo editorial. Sinto-me em sintonia com essa

proposta, pois entendo que é um bem para o país e um exemplo a ser seguido."

Antonio Oliveira, presidente do Iesde Brasil S/A

"A Performance Líder se caracteriza pela qualidade e variedade dos assuntos abordados."

Armando Monteiro, presidente da CNI

"Parabéns pela revista Performance Líder!!! Excepcional em todos os sentidos. Apresentação e textos impecáveis."

Jorge Buneder, diretor presidente Stamac

"A leitura da Performance Líder é sempre provocativa. Suscita reflexões. Através da leitura da revista, já fiz muitos aperfeiçoamentos em minha gestão pessoal e profissional. Constantemente transfiro conhecimento para minha equipe de trabalho e para os alunos sobre aquilo que colho na sua leitura. Sempre aprendo com a revista. Além do conteúdo de qualidade, a estética e as imagens utilizadas são excelentes, ou seja, em cada detalhe, a revista me suscita algo de bom e me remete a um desejo de ser melhor."

Dra. Adriane Mendes, professora da Universidade Federal de Santa Catarina, pesquisadora nas áreas de psicologia e microbiologia, consultora.