

empreenda

ANNUAL REVIEW • 2 0 0 6



ERNST & YOUNG
EMPREENDEDOR
DO ANO



ERNST & YOUNG
ENTREPRENEUR
OF THE YEAR
WORLD
SUMMIT
MONTE CARLO
2 0 0 6

O Brasil no podium

do empreendedorismo mundial

A REDETV! É A REDE DE TELEVISÃO QUE MAIS CRESCE NO BRASIL.

- A RedeTV! foi a emissora que mais cresceu em faturamento no último ano.



- A RedeTV! cresceu 18% sua audiência no ano e 20% no horário nobre.



- A RedeTV! tem mais telespectadores A e B do que as outras quatro redes de televisão.



SABE POR QUE CRESCEMOS TANTO ASSIM?

Porque a RedeTV! faz questão de oferecer sempre o melhor negócio para a sua empresa.

Formatos diferenciados

Flexibilidade comercial

Certeza de programação

Controle eletrônico de reservas

Melhor custo por mil do mercado



A rede de TV que mais cresce no Brasil.
www.redeTV.com.br

Fonte: IBOPE - Telespout Grande São Paulo
período fevereiro de 2006

As verdadeiras marcas do empreendedor



Em meados do século 16, quando o Brasil era um vasto território desconhecido e inexplorado, o padre Manoel de Nóbrega confiou ao jesuíta José de Anchieta a missão de fundar uma escola no planalto de Piratininga. Ao incumbir Anchieta de criar um foco de civilização naqueles ermos, Manoel da Nóbrega teria lhe dito: “Esta terra é a nossa empresa”. A frase não poderia ter sido mais acertada. Sem uma aguçada visão empreendedora, teria sido impossível vencer obstáculos monumentais como o isolamento e a escassez de recursos e fazer daquela pequena escola o embrião do que viria a ser uma das maiores cidades do mundo. Esse exemplo – em meio a muitos outros – mostra que o empreendedorismo não faz parte da história. Na verdade, o empreendedorismo faz a história. Por trás das viagens de descobrimento, das grandes invenções, do desenvolvimento científico e tecnológico, da fundação de cidades, da geração de empregos e de riquezas e da melhoria da qualidade de vida do ser humano, há sempre uma força empreendedora compelindo homens e mulheres a enxergar à frente de seu tempo e a perceber que obstáculos existem para serem superados. É essa força empreendedora que celebramos com a entrega do prêmio Empreendedor do Ano. Em seus 20 anos de existência, o prêmio já homenageou milhares de empreendedores de todos os cantos do planeta, cujas realizações vão além dos limites de suas empresas e, em muitos casos, de seus países. Em todos eles, podemos encontrar as seguintes características:

Ricardo R. Bellino
Presidente do Conselho, INEMP



Visão

Não ver as coisas apenas como parecem ser, mas também como poderiam ou deveriam ser.



Senso de Oportunidade

Descobrir, avaliar e explorar novos caminhos, criando oportunidades onde elas parecem não existir



Perfil realizador

O empreendedor é movido por uma imperiosa necessidade de construir e de realizar. A sensação de “já ter feito tudo o que tinha de fazer” é incompatível com seu espírito criativo.



Agente motivador

Agente motivador – a convicção de um verdadeiro empreendedor é contagiante e tem o poder de unir os que o cercam, agregando-os em torno de um mesmo objetivo.



Persistência

Obstáculos são desafios e fracassos são estímulos para aprender com os erros e tentar outra vez.



Pioneirismo

O fato de que algo nunca foi feito antes não desestimula o empreendedor. Ao contrário, é um estímulo para tentar o que ainda não foi tentado. O empreendedor é um inovador por excelência.



World Entrepreneur Of The Year

empr3enda

ANNUAL REVIEW • 2 0 0 6



Índice

Editorial 7

Empreendedor do Ano no mundo 8

Empreendedor do Ano no Brasil 10

Academia do Empreendedor 12

Finalistas Empreendedor do Ano 14

Lifetime Achievement 14

Categoria Máster 15

Categoria Empreendedor-Executivo 16

Categoria Emerging 17

Categoria Responsabilidade Social 18

Entrevista com Ricardo Bellino 20

Entrepreneur of the Year World Summit 30

Midas e Sadim 32

empr3enda

ANNUAL REVIEW • 2 0 0 6

Empr3enda é uma publicação do Inemp – Instituto do Empreendedor (www.inemp.org)

Publisher: Ricardo R. Bellino, Editora Executiva: Elisabeth Maggio, Diretor de Operações: Ricardo Samuel Goldstein

Produção Gráfica: Editora Escala



Editora Escala • Presidente: Hércilio de Lourenzi, **Vice-presidente:** Mário Florêncio Cuesta • **Divisão de Customizadas e Projetos Especiais**

• **Diretora:** Evelin Müller, **Edição de Arte:** Paulo A. Sapata, **Assistente de Arte:** Ana Paula Siqueira, **Gerente Editorial:** Sandro Aloisio, **Supervisão**

Editorial: Maria Nazaré Baracho e Denise Silva Rocha Costa, **Coordenadores de Produção Editorial:** Adriana Ferreira da Silva e Fernanda Ferreira Alves

www.escala.com.br Av. Profª Ida Kolb, 551 Casa Verde CEP 02518-000 São Paulo/SP - Tel.: (11) 3855-2100 - Fax: (11) 3855-2138 -

Caixa Postal: 16.381 - CEP 02599-970 São Paulo/SP

**Sobreviver num ambiente
competitivo não é negócio
para os mais fortes.**



**É para os que se adaptam às
mudanças e sabem correr riscos.**

Risk.  **Let's talk.**

Empreendedor à frente do crescimento nacional



A nova onda de eleições marcadas para o segundo semestre tem como efeito imediato a criação de um ambiente de incertezas e expectativas em relação aos rumos da política social, econômica e externa brasileira. É natural que, neste período, discussões sobre a necessidade de reforma tributária e política, de geração de novos empregos e de melhoria da distribuição de renda ganhem maior visibilidade aos serem incorporadas aos discursos dos candidatos potenciais e à própria cobertura da mídia.

Afora os interesses e divergências político-partidárias, a classe política, os meios empresariais e os formadores de opinião compartilham a certeza de que o desenvolvimento sustentável do Brasil e as soluções para os males que afligem os brasileiros passam necessariamente pelo apoio à figura do empreendedor, quem efetivamente transforma uma boa idéia de garagem em oportunidade de negócio

– mesmo num cenário em que investir significa correr riscos.

Os empreendedores são os agentes que, nutridos de audácia, impulsionam e fortalecem o mercado interno, sem esquecer que, no âmbito externo, também são imprescindíveis para a construção de um país economicamente independente. Com tudo isso, não resta dúvida de que iniciativas que motivem o esforço empreendedor são fundamentais para que se crie um país com identidade corporativa.

A própria Ernst & Young promove desde 1998, no Brasil, o prêmio Empreendedor do Ano, evento que homenageia o esforço individual de lideranças responsáveis por impulsionar seus negócios com sucesso, ousadia e criatividade. Lançado em 1986 pela auditoria nos Estados Unidos como uma disputa regional, o Empreendedor do Ano da Ernst & Young ganhou projeção global, sendo hoje realizado em 40 países.

Por outro lado, apesar de ter se tornado a palavra da moda no ambiente empresarial brasileiro, a vocação empreendedora do brasileiro ainda esbarra nas dificuldades impostas pela burocracia e na ausência de uma política específica para o setor. Cerca de 30% das novas empresas deixam de existir já em seu primeiro ano de vida. É preciso que os futuros governantes deixem a retórica de lado e apresentem propostas práticas de políticas que dêem ao empreendedor um tratamento realmente diferenciado no que cerne, por exemplo, à tributação e às condições para exportar.

Mesmo com tantas dificuldades, tornar-se empreendedor no Brasil é uma opção viável e interessante, desde que o ingresso no novo negócio seja feito com planejamento, porque nessa seara não há espaço para aventureiros ou descobertas acidentais. O verdadeiro empreendedor não pensa em curto prazo, sabe modificar a direção estratégica quando necessário, e cria soluções que, em geral, rompem paradigmas. Em um passado não muito distante, o executivo empreendedor era considerado um desobediente por não se conformar com as soluções existentes e, por essa razão, recebia o descrédito de muitos.

Ted Turner, o fundador da CNN, foi eleito pela Ernst & Young o Empreendedor do Ano em 1980. Naquela época, as pessoas riam e desdenhavam da idéia de se criar uma rede de notícias 24 horas no ar. Atualmente, a CNN é a marca de mídia mais reconhecida do planeta. Os empreendedores, como Turner, têm em comum a característica de transformar dificuldade em oportunidades, além de encarnar a criatividade ao longo da carreira. Com o devido apoio dos segmentos político e econômico, o empreendedor tende a superar as adversidades naturais do negócio e a tornar-se a alma da economia nacional e, porque não, global.

Julio Sergio Cardozo
Chairman, Ernst & Young América do Sul



Entrepreneur of the Year

A maior e mais importante premiação do empreendedorismo mundial

Criado há mais de duas décadas pela Ernst & Young, o Prêmio Empreendedor do Ano (Entrepreneur of the Year award) nasceu em reconhecimento ao impacto cada vez maior que os empreendedores exercem na economia – de seus países e do mundo. Ao homenagear anualmente empreendedores de sucesso de 34 nações, a premiação oferece uma significativa contribuição ao fomento do espírito empreendedor ao redor do mundo. A cada ano, mais de nove mil empresários de diferentes cantos do planeta concorrem em diversas categorias de negócios. O ganhador da categoria máster de cada país disputa a grande final mundial que se realiza em maio, em Monte Carlo, no principado de Mônaco. Ao longo dessas duas décadas, os principais nomes do empreendedorismo mundial tiveram suas trajetórias inscritas na galeria dos ilustres homenageados pelo prêmio, que incluem Arthur Blank, co-fundador da Home Depot, e proprietário do time Falcons, Atlanta (Georgia); Sergey Brin e Larry Page do Google, Inc.; Howard Schultz da Starbucks Corp.; H. Wayne Huizenga da Blockbuster; Micheal Dell da Dell Computers.



WORLD ENTREPRENEUR OF THE YEAR • ACADEMY MEMBERS

Australia	Mr. Robert Gerard AO
Belgium	Mr. Clement De Meersman
Brazil	Mr. Norival Bonamichi
Canada	Dr. William Comrie
Caribbean	Mr. Víctor J. Galán
Czech Republic	Ing. Miroslav Rihák
Denmark	Ms. Gitte Dyrberg
Denmark	Mr. Henning Kern
Finland	Ms. Kirsti Paakkanen
France	Mr. Christophe Bonduelle
Germany	Mr. Heinrich Baumgartner
Hungary	Dr. Sándor Kürti, Ph.D.
India	Mr. Sunil Bharti Mittal
Indonesia	Sudhamek AWS S.H., S.E.
Ireland	Dr. Peter Fitzgerald
Israel	Mr. Igal Rotem
Israel	Mr. Ilan Atias
Italy	Mr. Andrea Illy
Japan	Mr. Takashi Sakamoto
Luxembourg	Mr. Nicolas Buck
Malaysia Dato'	Dr. Lim Wee-Chai
Netherlands	Mr. Arjen de Koning
New Zealand	Mr. Phillip Mills
Norway	Mr. Ståle Reidar Lønnum
Philippines	Ms. Socorro C. Ramos
Poland	Mr. Zbigniew Sosnowski
Russia	Mr. Ruben Vardanian
Singapore	Mr. Tay Liam Wee
South Africa	Mr. Stephen B. Saad
Spain	Mr. Mikel Urizarbarrena Aguirre
Sweden	Mr. Thomas Engström
Switzerland	Mr. Heinz Aeschlimann
Turkey	Mr. Kerým Taner
United Kingdom	Mr. Bill Gammell
United States	Mr. H. Wayne Huizenga



Empreendedor do Ano



ERNST & YOUNG
EMPREENDEDOR
DO ANO

Brasil

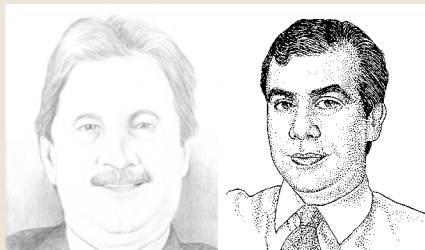
Em 1998, o Brasil se tornou o 14º país no mundo e o primeiro na América Latina a realizar sua versão do Empreendedor do Ano. Em 2006, a premiação passou a ser realizada em parceria com o Inemp (Instituto do Empreendedor), órgão criado pelo empresário Ricardo Bellino com o objetivo de fomentar a atividade empreendedora. Nas oito edições do prêmio realizadas no Brasil foram homenageados muitos dos grandes nomes do empresariado nacional, figuras que deixaram sua marca na história do empreendedorismo brasileiro. Você está convidado a conhecê-los.



DESTAQUES EMPREENDEDOR DO ANO

LÍDERES EMPRESARIAIS PREMIADOS NO BRASIL NA CATEGORIA MASTER:

2004
Norival Bonamichi
Ouro Fino



2001
Marco Aurélio Garib
EverSystems

2003
Luiz Augusto Milano
Matec Engenharia



2000
Laércio Cosentino
Microsiga

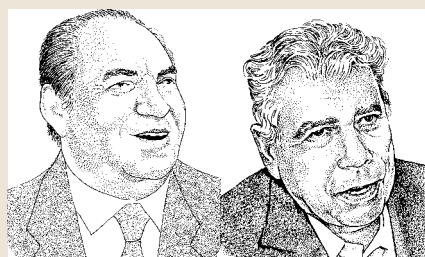
2002
Lírio Albino Parisotto
Videolar



1999
Aleksandar Carlos Mandic
Mandic

LÍDERES EMPRESARIAIS HOMENAGEADOS PELA CATEGORIA LIFETIME ACHIEVMENT:

2004
Samuel Klein
Casas Bahia



2002
Antônio Ermírio de Moraes
Grupo Votorantim

2003
Eggon João da Silva
Weg



2001
Jorge Gerdau Johannpeter
Gerdau

Academia do Empreendedor

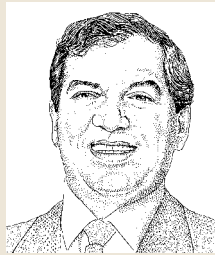
Em uma época na qual tudo pode ser objeto de premiação, é preciso saber distinguir quais prêmios realmente valem a pena receber, quais se destacam por seu significado, história e representatividade. No mundo das artes cinematográficas, esse prêmio é o Oscar. Por mais que um ator tenha fama e sucesso, ele sempre verá na célebre estatueta dourada o reconhecimento que faltava ao seu talento, a coroação, por assim dizer, de sua trajetória profissional.

No âmbito empresarial, esse prêmio é, sem dúvida, o Empreendedor do Ano. Em 2006, a edição brasileira da premiação traz uma importante novidade. Trata-se da Academia do Empreendedor, uma galeria de empresários de destaque convidados pelo Inemp e pela Ernst & Young para eleger os indicados ao prêmio. Assim como a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood elege os indicados ao Oscar, a Academia do Empreendedor conta com a experiência e o conhecimento de seus membros para apontar quem se destacou no cenário empresarial brasileiro. Na próxima página, você vai conhecer alguns dos mais importantes membros que integram a Academia.





Ayres da Cunha Marques



Lúrio Albino Parisotto



Norival Bonamichi



Élcio Aníbal de Lucca



Luiz Augusto Milano



Ricardo Young Silva



Emerson Kapaz



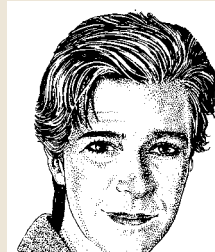
Luiza Helena Trajano



Samuel Klein



Hélio Bruck Rotenberg



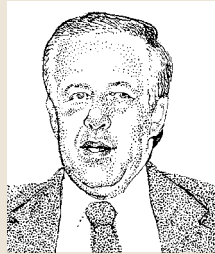
Maria Christina de Carvalho Pinto



Sergio Motta Mello



João Dória Jr.



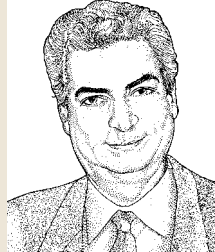
Mario Bernardo Garnero



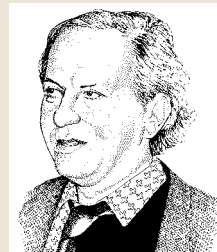
Wandér Weege



Jorge Gerdau Johannpeter



Miguel Abuhab



Washington Olivetto

O Prêmio Empreendedor do Ano

tem como objetivo homenagear e premiar o esforço individual de empreendedores de significativa importância para a economia, tanto local quanto global. Ao premiar esses talentos, a Ernst & Young e o Inemp pretendem destacar pessoas dotadas de visão, criatividade, ousadia e espírito empreendedor. Profissionais que não apenas acreditam em suas idéias, mas que têm a capacidade de torná-las realidade.

O prêmio divide-se em quatro categorias:

Máster – concedido ao candidato que, na opinião dos jurados, mais se destacou.

Emerging – são candidatos os empreendedores de empresas emergentes.

Empreendedor-Executivo – os candidatos são líderes de empresas consagradas que, por seu espírito empreendedor, alavancaram os negócios.

Responsabilidade Social – concedido a um projeto social que se destaca por sua relevância e resultados.

A escolha dos empreendedores premiados fica a cargo de um Corpo Independente de Jurados e da Academia do Empreendedor. Esse grupo, convidado pelos organizadores do prêmio, é integrado por personalidades brasileiras de destaque na comunidade de negócios e nos círculos acadêmicos ligados à economia, administração de empresas e responsabilidade social.

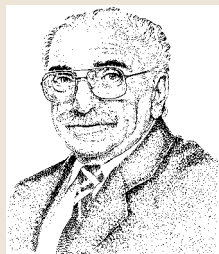
Além das quatro categorias abertas a candidaturas, o Empreendedor do Ano também presta uma homenagem a empresários que tenham se destacado por sua trajetória de empreendedorismo e vitórias. A cada ano é escolhido um homenageado, que receberá o prêmio *Lifetime Achievement*.



ERNST & YOUNG
EMPREENDEDOR
DO ANO

LIFETIME ACHIEVEMENT

“O empreendedor é movido por uma imperiosa necessidade de construir e de realizar. A sensação de ‘já ter feito tudo o que tinha de fazer’ é incompatível com seu espírito criativo, que sempre o leva a procurar novos nichos para explorar e novas oportunidades de crescimento.”



Abraham Kasinski,
fundador da Cofap

Nascido em São Paulo, em 1917, Abraham Kasinski começou a trabalhar com o pai e os irmãos quando tinha apenas 10 anos de idade. Com a morte do pai, em 1941, Kasinski assumiu a liderança do negócio da família junto com o irmão mais velho. E sua força empreendedora logo se fez notar: em 1950, sua loja já era a maior importadora de autopeças do país. Mas isso não bastava. Kasinski sentia-se incomodado pela extrema dependência de produtos fabricados no exterior e temia que essa situação, cedo ou tarde, levasse o negócio à ruína. A solução, acreditava ele, era abrir uma fábrica e começar a produzir autopeças no Brasil. E foi dessa forma que nasceu a Companhia Fabricadora de Peças, ou Cofap. No início, ninguém punha muita fé no negócio. Como convencer os mecânicos habituados a usar produtos estrangeiros a adotar as novas peças nacionais? Kasinski resolveu o problema com muito empenho e determinação: passou a viajar pelo país e a conversar pessoalmente com os mecânicos. E deu certo. No início dos anos 90, a Cofap tornou-se a maior indústria de autopeças da América Latina. Com faturamento anual de US\$ 1 bilhão, a empresa chegou a empregar 18 mil funcionários e exportar para 97 países. Longe de pensar em aposentadoria, ao chegar à casa dos oitenta, fundou uma fábrica de motocicletas em Manaus que produz 400 mil motos por mês. Visionário, continua investindo em novidades: sua fábrica produz também veículos de três rodas, adaptados para uso comercial.

“O empreendedor não vê as coisas apenas como elas são, mas como poderiam ou deveriam ser. Essa visão é tão poderosa que ele nunca a perde de vista, e não descansa enquanto não a transforma em realidade concreta.”

Alair Martins - quando em 1953 ele inaugurou um pequeno armazém de secos e molhados na cidade mineira de Uberlândia, poucos poderiam imaginar que, 53 anos depois, o modesto negócio iria se transformar no Grupo Martins, o maior distribuidor atacadista da América Latina.



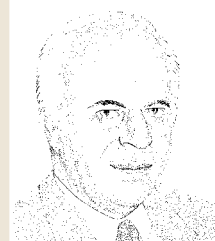
Ângelo Salton - engenheiro gaúcho que herdou um negócio familiar – a Vinícola Salton, que produz o popular conhaque Presidente – valeu-se da visão, da determinação e da ousadia para sobressair-se em meio a uma acirrada concorrência e fazer de sua empresa a vinícola número um do país.



Guilherme Paulus – a partir de uma pequena operadora turística especializada em viagens rodoviárias, ele criou a CVC, a maior operadora de turismo do Brasil. A CVC oferece mais de 380 roteiros no Brasil e no exterior e já superou a marca de 1 milhão de clientes atendidos.



Miguel Krigner – fundador das lojas O Boticário, que nasceram como uma pequena farmácia de manipulação e hoje se espalham por todo o país – e até pelo mundo. Ao criar a Fundação O Boticário de Proteção à Natureza, mostrou que a questão ambiental deve ser prioridade para as empresas modernas.



Massimo Bauducco – ele está à frente da Bauducco, a maior produtora de panetones do mundo e uma das maiores empresas alimentícias do Brasil. Líder em quase todos os segmentos em que atua, a Bauducco possui o parque industrial especializado na produção de biscoitos mais avançado da América Latina.

“O empreendedor combina intuição e experiência para avaliar o potencial de suas idéias, calcular riscos, prever desdobramentos, antecipar possíveis obstáculos e traçar sua estratégia de ação.”

Os que ainda acham que para ser um empreendedor é necessário abrir seu próprio negócio precisam se atualizar com a máxima urgência. O moderno conceito de empreendedorismo é bem mais abrangente do que isso. Ele compreende não apenas os que fundaram companhias e corporações, mas também os que se valem da iniciativa e da criatividade para fazer prosperar as empresas nas quais trabalham. Este empreendedor de carteira assinada recebe o nome de intra-empendedor.

O conceito é revolucionário. Explico por que: evidentemente, a massa de profissionais com carteira assinada é bem maior do que a de proprietários de empresas. Se restringirmos o título de empreendedor apenas aos que fundam seus próprios negócios, estaremos limitando esse conceito e todas as suas implicações apenas aos que têm a oportunidade, o dom ou a inclinação de fundar empresas, alijando do processo uma enorme quantidade de profissionais dinâmicos, ousados e inovadores que constituem elementos fundamentais para o progresso dessas mesmas empresas. O intra-empendedor compartilha de todas as características de um empreendedor, a saber: visão, pro-atividade, espírito de liderança e muitas outras, com a diferença de que, em vez de partir para um negócio próprio, coloca todas essas qualidades a serviço da companhia na qual trabalha. O intra-empendedor faz a empresa crescer – e cresce com ela. * São essas as características dos indicados na categoria Empreendedor-Executivo.

(*Texto de Ricardo Bellino publicado na coluna que o autor assina na Gazeta Mercantil).

Helio Magalhães
Amex



Ivan Zurita
Nestlé



Oswaldo Melantonio Filho
Ticket - Grupo Accor



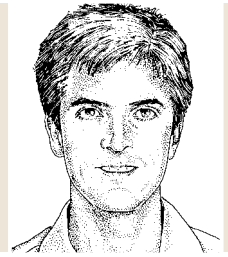
Roberto Lima
Vivo



“O fato de que algo nunca foi feito antes não desestimula o empreendedor. Ao contrário, é um estímulo para que ele tente o que ainda não foi tentado. O empreendedor é um inovador por excelência.”

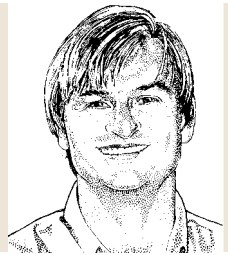
Breno Praça

Mastermag - Sistema de distribuição inovador para softwares de gestão de pequenas empresas. Modelo de negócio altamente sustentável (receita recorrente) e escalável (custo fixo no CAT). Único player nacional em um mercado altamente pulverizado e pouco profissional.



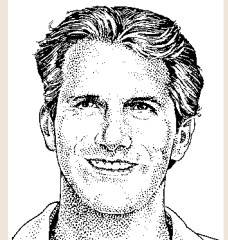
Ivan Barchese

Mextra - Case bem-sucedido de sucessão familiar onde o empreendedor (ao assumir o negócio) reinventou a empresa e aumentou 30 vezes o faturamento em poucos anos. Inovação patenteada na reciclagem de alumínio, garantindo vantagem competitiva mundial.



Mario Chady

Spoletto - Maior rede de lojas de culinária italiana do Brasil. Capacidade de gestão e conhecimento do mercado de food service fez com que fossem escolhidos operados da Domino's no Brasil. Modelo de operação e marketing altamente escalável, replicável e atrativo, traz um grande potencial de internacionalização. Programa primeiro emprego: contratação de pessoas de baixa escolaridade para trabalhar na Spoletto.



Wilson Poit

Poit-Energia - Criou uma nova categoria num mercado extremamente pulverizado, pouco profissionalizado e sem diferenciais competitivos. Tem crescido consistentemente, beneficiando-se de fenômenos como o apagão e o boom de telecom, mas sem criar dependência de externalidades sazonais.



Zica

Beleza Natural - Modelo de negócio bem-sucedido para a classe C e D (tanto na geração de empregos quanto no público-alvo). Potencial de mercado explosivo (dentro e fora do Brasil). Conseguir montar uma vantagem competitiva num mercado que aparentemente não tem diferenciais.

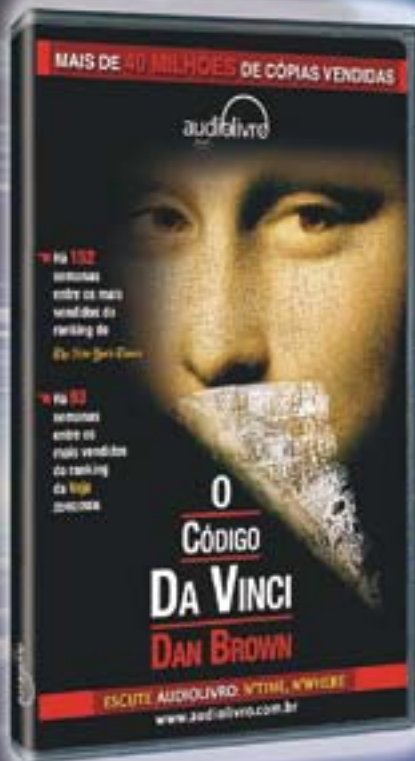


“Movido por uma profunda convicção interior, o empreendedor social segue sua intuição, supera obstáculos e faz com que suas idéias ganhem vida sob a forma de iniciativas sociais que estão mudando para melhor a sociedade em que vivemos.”

Em meados dos anos noventa, o maestro Flávio Pimenta havia decidido trocar o Brasil pelo exterior. Já estava se preparando para a viagem quando observou algumas crianças brincando nas lagoas da Praça Vinicius de Moraes, próxima ao Palácio do Governo, perto de sua residência no bairro paulistano do Morumbi. Pimenta convidou os meninos a entrar em sua casa e lhes mostrou alguns instrumentos musicais. Resultado: as malas foram desfeitas e, em vez de mudar-se para o exterior, o maestro decidiu ficar e ajudar a mudar a vida daqueles meninos, moradores de favelas por meio da música. Foi assim que nasceu a Associação Meninos do Morumbi, hoje formada por mais de 4.000 crianças e adolescentes da cidade de São Paulo, que encontram na música e na dança alternativa às drogas e à delinquência juvenil. Cada vez mais requisitados, os Meninos do Morumbi impressionam o público tocando, dançando e cantando diferentes gêneros musicais. Exemplo de iniciativa social de sucesso, a associação inclui várias atividades que complementam o trabalho artístico. A equipe é formada por psicólogos, pedagogos, professores de música, informática, inglês, dança, teatro, canto, futebol, jiu-jitsu, além de monitores que dão assistência às aulas e infra-estrutura básica para as apresentações e atividades dos meninos. A ONG desenvolve um trabalho junto às comunidades menos favorecidas (favelas), suas famílias, programas com escola pública.



ESCUTE AUDIOLIVRO: N'TIME, N'WHERE



www.audiolivro.com.br



Profissão: Dealmaker

Aos 20 anos, sem contatos, sem experiência e sem dinheiro, ele trouxe para o Brasil a Elite Models, na época a maior agência de modelos do mundo. Desde então, Ricardo Bellino não parou mais. Tornou-se o primeiro sócio brasileiro de Donald Trump, criou o Instituto do Empreendedor e está prestes a lançar um livro nos Estados Unidos e no Japão. Nesta entrevista, o empresário e dealmaker fala de seu novo empreendimento, a Bellino's Unlimited, e revela os segredos de sua bem-sucedida trajetória.

Empreenda - Quem era o Ricardo Bellino, estudante de 20 anos, que abandonou a faculdade de Economia e foi para New York atrás do sonho de trazer a Elite Models para o Brasil?

Ricardo Bellino – Era um jovem inquieto, em busca de um caminho para desenvolver alguma coisa que fosse realmente diferente de tudo aquilo que existia ao meu redor. Eu já havia tido muitas experiências de trabalho e de projetos. Naquele momento tive um insight, e com ele a coragem de acreditar que poderia vencer todas as barreiras. Primeiro a econômica, porque eu não tinha um tostão. Depois a cultural, pois eu não falava inglês, e também a barreira geográfica, por conta da distância que eu teria que percorrer para viver aquela aventura de atravessar o Atlântico. Li sobre John Casablancas, o fundador da Elite, num artigo de uma revista francesa. Então pensei: ‘Por que não tentar abrir no Brasil

uma filial da maior agência de modelos do mundo? A pior coisa que poderia acontecer era ouvir um ‘não’, e isso não me assustava.

Meu desafio era mudar paradigmas, despertar a atenção do Casablancas para que pudesse expor minha visão de mercado. Esse era o Ricardo há 20 anos, um jovem motivado e disposto a fazer a diferença, não só em minha vida, mas no mercado e no próprio País.

Como foi seu primeiro encontro com John Casablancas?

Tive que fazer meia dúzia de viagens como courier até ter a oportunidade de me encontrar com ele pessoalmente. Eu sempre era recebido pelo irmão dele, que era o responsável pelas franquias e novos mercados. Como eu não era um investidor e não tinha condições de comprar nenhuma franquia, precisava contar para ele qual era minha visão para que pudesse receber um voto de confiança. Até que um dia, na iminência de me colocar porta afora, ele chamou o irmão para ver se me dava uma solução definitiva. A conversa foi excelente e muito direta. John Casablancas me perguntou o que eu queria. Respondi: “Olha, eu venho para Nova York como *courier*, fico hospedado na 47 St., intercalo minhas refeições entre Mc’Donalds e comida chinesa porque tenho um sonho e acredito que pode dar certo. Não adianta me oferecer nada, pois não tenho condições de comprar. Mas tenho agressividade e eloquência suficientes para voltar ao Brasil com a missão de transformar esse negócio em

sucesso. Ele ficou muito curioso, mas considerou a conversa meio maluca. Então disse que me daria uma carta de referência para que eu pudesse iniciar os contatos no Brasil. Essa carta não foi feita no dia seguinte, conforme ele havia me prometido. Levou seis meses para acontecer.

Qual foi a sua estréia como empreendedor?

Sempre demonstrei iniciativa. Uma das primeiras e mais emblemáticas foi a identificação de uma oportunidade percebida na escola, quando tinha 13 anos. Meus amigos voltavam das férias no exterior e traziam videogames (Atari). Os jogos funcionavam com o sistema americano de vídeo e existia a necessidade de uma conversão, pois aqui eles ficavam em preto e branco. Por coincidência eu conhecia um sujeito que fazia esse tipo de serviço. Daí me ofereci para fazer uma representação dos serviços dele por um preço especial. O primeiro cartão de visitas da minha vida foi o dessa ‘empresa virtual’. Eu ganhava dinheiro e trocava por dólares. Outro negócio surgiu com essa reserva. Como eu gostava de música, me associei a alguns amigos e montamos uma equipe de som. Os eventos foram me aproximando das pessoas, e eu acabei indo trabalhar na equipe de marketing de uma empresa de cosméticos. Foi assim que comecei.

De que forma você conseguiu três minutos para apresentar sua idéia ao bilionário Donald Trump?

Ele concordou em me receber em virtude de uma carta que John Casablancas escreveu me apresentando como grande amigo e parceiro de negócios. Alguns dias depois, Trump me telefonou convidando para uma reunião com ele em Nova York. Quando cheguei, ouvi textualmente a frase: “Você tem três minutos para

me vender sua idéia”. Saí de lá com o negócio fechado, e foi assim que começamos a construir a Villa Trump, que será o maior condomínio de golfe do Brasil. É interessante notar que, quando me deu três minutos, Trump estava de mau humor e sua intenção era fazer com que eu desistisse e fosse embora. Mas mesmo em uma situação como essa, consegui reverter as expectativas dele e surpreendê-lo. Para resumir a história, acabamos nos tornando sócios e amigos.

O que é exatamente a Villa Trump?

É um grande complexo imobiliário com um campo de golfe assinado por Jack Niklaus, considerado o golfista do século. São 8.5 milhões de metros quadrados em Itatiba, no interior de São Paulo, que irá oferecer

tem nada a ver com idealismo. Meu otimismo é baseado em uma carga de energia positiva para minhas idéias, para as pessoas, para os contextos que eu acabo desenvolvendo. São méritos aos quais faço jus. Não tenho nenhum problema de identidade. Fico muito feliz que minhas empreitadas se transformem em artigos de primeira página do caderno de negócios do The New York Times. Outro exemplo é meu livro *Três Minutos Para o Sucesso*, que será lançado nos EUA este ano pela McGraw-Hill, uma das maiores editoras do mundo. Eu sou um ‘viewmaker’ como Donald Trump me denominou, sou a pessoa que junta as peças do quebra-cabeça e faz as coisas acontecerem.

“Por que não tentar abrir no Brasil uma filial da maior agência de modelos do mundo? A pior coisa que poderia acontecer era ouvir um ‘não’, e isso não me assustava”.

uma estrutura de lazer, conforto, serviços e segurança sem igual no Brasil. É um projeto de altíssimo padrão que será um marco na área dos empreendimentos imobiliários. Essa é a primeira iniciativa da marca Trump na América Latina.

As opiniões a seu respeito se dividem: alguns o acham louco, outros o chamam de gênio e há quem o considere um otimista patológico. Como você se define?

Outro dia escutei uma definição de um amigo a meu respeito. Ele disse que já virei ‘folclore’ do empreendedorismo. Não me incomoda assumir rótulos como esses. Pior seria se eu fosse um pessimista patológico. Minha trajetória comprova que meu otimismo não

O que fazer para vender uma grande idéia?

Para vender uma idéia o empreendedor tem que ser ético, transparente e objetivo porque as pessoas não têm tempo a perder e sua atenção flutua rapidamente. Quando você conversa com alguém que não conhece, essa pessoa está abrindo um espaço na janela dela, e esse espaço é relativamente curto. O segredo é causar uma boa impressão e transmitir uma mensagem clara para que a outra pessoa entenda. Não quero dizer que você tenha que ser rápido. A velocidade não quer dizer nada. Tem que ser objetivo e ir direto ao ponto. Sua idéia pode ser maravilhosa, mas tem que se encaixar no contexto da outra pessoa. Elas comprem as idéias que atendem aos seus interesses e

preferências. Antes de qualquer coisa, o investidor não compra sua idéia para satisfazer o seu ego. Ele compra para satisfazer o ego dele.

O que é o Instituto Empreendedor?

Como as pessoas podem participar dele? Em meados de 2005 percebi que havia chegado a hora de passar o bastão da Villa Trump. Minha parte já havia sido feita, eu já tinha conseguido colocar minha idéia de pé e agora era o momento de colocar à frente do empreendimento um engenheiro de indiscutível capacidade técnica, capaz de levar a Villa Trump para a próxima fase. Assim foi feito, e com isso pude enfim encontrar espaço em minha agenda para novas atividades, como escrever livros, dar palestras, apresentar um talk show no rádio, escrever colunas... Acabei percebendo que estava atuando no universo do empreendedorismo, mas não estava capitalizando o empreendedorismo de uma maneira organizada. Então decidi criar o Inemp, Instituto do Empreendedor, apoiado pela Ernst & Young, que também promove a maior premiação do empreendedorismo mundial, o prêmio Empreendedor do Ano. Aliás, a partir deste ano, a etapa nacional do prêmio já está sendo promovida em parceria com o Inemp. O grande objetivo do Inemp é servir de fórum permanente para todos os empresários. Já temos cerca de 500 adesões. Qualquer empreendedor que estiver interessado, sendo aprovado pelo conselho, pode ser integrado ao quadro.

Você identifica possibilidades e tece uma grande rede de parcerias. Isso é ser empreendedor?

Antes de tudo, o empreendedor é um visionário. Aí cabem parênteses, pois existe uma grande diferença entre o visionário e o mitômano, que merece uma referência do próprio Aurélio. O mitômano vive de quimeras, é um mentiroso que acredita na própria

mentira. E as motivações dele não têm nada a ver com a viabilidade, com a verdade, mas sim com a fantasia que ele próprio cria. Ele acredita nisso com tanta convicção que acaba tentando colocar em torno dele um grupo de pessoas que fica gravitando ao redor da mesma ilusão. O visionário, ao contrário, tem fundamentos, busca tangibilizar sua idéia. Ele tem a cabeça no céu, mas os pés na terra. O empreendedor legítimo deve combinar audácia, criatividade, visão e agressividade - tudo com bom senso e responsabilidade. E para que sua idéia dê certo ele precisa contar com uma rede de pessoas que participarão do projeto com diferentes graus de comprometimento. Muitas vezes elas mudam o rumo de suas vidas para

poder apostar na sua idéia. Ou seja, o empreendedor é responsável não apenas por seu negócio e por sua credibilidade como também pelas carreiras e sonhos de todos os que o ajudam, de todos os que embarcam com ele na missão de realizar essa sua grande visão.

Você tem visão, iniciativa, coragem e, acima de tudo, vocação para os empreendimentos. Você tem medo de alguma coisa? Do quê?

Acho que tenho medo de perder essa coragem. Sei que ela é meu grande diferencial. No dia em que perder isso, não vou correr riscos porque não terei a certeza de que vai dar certo. O meu medo é perder essa força interior. Por outro lado, fico tranquilo quando penso que todos os obstáculos



“O empreendedor é responsável não apenas por seu negócio e por sua credibilidade como também pelas carreiras e sonhos de todos os que o ajudam”

que enfrentei, todos os desafios e dificuldades – e olha que não foram poucos – jamais abalaram minha força interior. Ao contrário: contribuíram para que ela ficasse ainda mais sólida e enraizada.

Como surgiu o programa Podsucesso?

O canal de Podcasting surgiu por meio de um amigo que teve a idéia e me convidou para reproduzir nesse formato os artigos que escrevi. A experiência culminou com a parceria com a BandNews FM, resultando no talk show de rádio que apresento todos os sábados, sempre entrevistando pessoas bem-sucedidas em suas áreas de atuação, e nos boletins com dicas de empreendedorismo veiculados de segunda a sexta-feira.

Seus livros e colunas passam a imagem de um homem super ativo, dinâmico, cheio de expectativas. Como você lida com a ansiedade e equilibra sua vida?

A ansiedade é quase que uma doença emocional, e o que eu faço para gerenciar essa ansiedade é assumi-la. Sou um ser absolutamente ansioso e trato de administrar isso da melhor forma possível com meditação. Eu poderia dizer que tenho um vício, a adrenalina. Estou sempre em busca de projetos que vão me trazer desafios cada vez maiores.

Quem é seu maior adversário?

Meu maior adversário sou eu mesmo. É meu próprio reflexo que precisa ser constantemente equilibrado em sua ansiedade para não tomar medidas que possam ter consequências desastrosas.

Jamais transferiria para outra pessoa a culpa de um insucesso; eu sou o meu melhor e o meu pior. Mas estou sempre em alerta quanto às pessoas que se aproximam de mim.

Você escreveu um livro chamado ‘Sopa de Pedra’, título que alude à superação de obstáculos. Qual é o tempero da sua ‘sopa de pedra’?

O tempero é exatamente a combinação de criatividade, carisma e ética. É conseguir unir todos os elementos positivos, a visão construtiva das coisas, da projeção dos interesses de uns e de outros para que as pessoas se sintam parte de uma cerimônia. Uma sopa de sucesso não se faz sozinho. É preciso fazer com que as pessoas sintam o desejo de participar dos seus sonhos porque quando as pessoas sonham juntas, elas tornam esse sonho realidade. Se sonham sozinhas, o sonho nunca deixará de ser apenas um sonho.

Você acumula histórias de sucesso. E os insucessos?

Passei por vários, afinal, para acertar é preciso tentar, e tentar implica correr riscos. Esse processo de tentativa e erro é fundamental. Passar por dificuldades e não se deixar deprimir é a grande questão que deve servir de motivação para o crescimento. Mas isso só acontece quando nos dispomos a aprender com nossos erros. Aprender com os erros significa ter humildade para reconhecer que errou e ter auto-estima suficiente para não cair na autopiedade e no desespero estéril. É só assim que conseguimos dar a volta por cima.

Você realizou uma façanha inédita para um autor brasileiro de

literatura empresarial. Seu livro ‘Três Minutos Para o Sucesso’ vai ser lançado nos Estados

Unidos e no Japão. A que você atribui toda essa repercussão?

Quando penso a respeito, até eu me espanto. O que posso dizer é que meu livro trata de um tema universal, que mexe com os sonhos e os anseios de qualquer pessoa que queira transformar suas idéias em negócios de sucesso, seja ela brasileira, americana, japonesa, russa... A história de um empresário vindo de um país distante que, sem ser conhecido no mercado americano se tornou sócio do legendário Donald Trump, faz com que as pessoas pensem: ‘Como ele conseguiu? E, se ele conseguiu, por que não eu?’

Qual é seu próximo projeto?

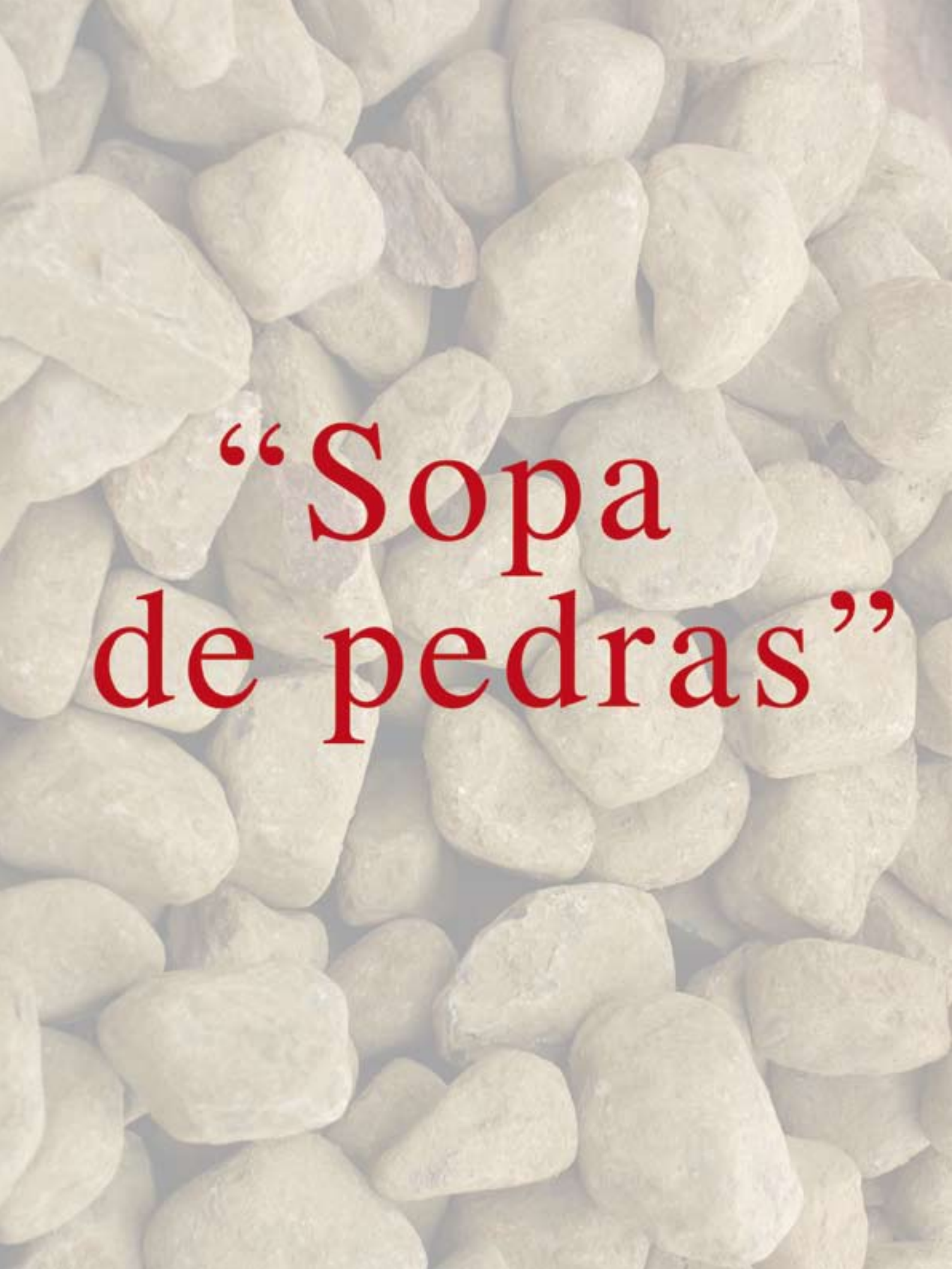
Meu novo projeto chama-se Bellino’s Unlimited. Trata-se de um banco de idéias e de financiamentos no qual colocarei toda a minha experiência de dealmaker a serviço da criação de novos negócios. Uma das plataformas da Bellino’s Unlimited é o Inemp, com sua capacidade de agregar empreendedores em torno de interesses comuns. Outra plataforma são os diferentes projetos de comunicação, alguns já em andamento, como o programa de rádio, o podcasting e a coluna que escrevo na Gazeta Mercantil, além de outros ainda em fase de desenvolvimento, como um talk show e um game show para a televisão. Todas essas iniciativas têm como tema central o empreendedorismo, e por meio delas está sendo criada uma grande rede de divulgação e contatos que ajudará a viabilizar as propostas da Bellino’s Unlimited.

A high-speed photograph of a water droplet falling into a pool of water. The droplet is captured mid-fall, just above the point of impact. Below it, a smaller droplet is visible, and a series of concentric ripples are spreading outwards from the center. The background is a soft, out-of-focus light blue and white.

“Nó em
pingo
d’água”

“Omelete
sem ovos”





“Sopa
de pedras”

“Não sabi
impossível,



UNLIM

a que era
foi lá e fez.”





Entrepreneur of the Year World Summit

Os maiores empreendedores
do planeta se reúnem em
Monte Carlo

Desde 1986, o Prêmio Empreendedor do Ano tem homenageado os líderes empresariais que fazem mais do que antever o futuro: eles criam o futuro. Ao longo destas duas décadas, milhares de empreendedores que fazem do mundo um lugar melhor ao converterem suas visões em crescimento, progresso, empregos e prosperidade tiveram seus esforços reconhecidos ao ganharem o prêmio. Em 2006, quando a premiação celebra seu 20º aniversário, Monte Carlo – local onde a final mundial é tradicionalmente realizada – será palco de um exclusivo fórum de debate, diálogo, troca de experiências, contatos e oportunidades de negócios entre os seletos membros da elite empresarial do planeta. O Entrepreneur of the Year World Summit, que se realiza em maio, contará também com a presença de líderes políticos e de figuras de destaque nas áreas das ciências, negócios e tecnologia de diferentes países. O evento culminará com a entrega do prêmio Entrepreneur of the Year àquele que for eleito o melhor empreendedor do ano.

Informações sobre inscrição e participação no Entrepreneur of the Year World Summit estão disponíveis no site www.empreendassummit.com



Os especialistas em vender idéias em três minutos são pessoas que desenvolveram o seu “toque de Midas”. Essa expressão originou-se de uma milenar lenda grega segundo a qual o deus Dionísio decidiu recompensar Midas, o rei da Frigia, por ter oferecido abrigo e proteção ao velho preceptor de Dionísio, quando este se encontrava em uma situação difícil. Midas pediu como recompensa o dom de transformar em ouro tudo o que tocasse, mas depois implorou ao deus que o livrasse desse poder, pois até os alimentos transformavam-se em ouro ao tocarem seus lábios – e mesmo tendo a seu dispor todo o ouro que desejasse, ele estava em vias de morrer de inanição. Porém, ao contrário da lenda que lhe deu origem, a expressão toque de Midas não se refere nem a uma bênção divina, nem a uma maldição. Refere-se, sim, à habilidade que alguns possuem de obter lucros onde outros parecem só obter prejuízo, de encontrar oportunidades onde ninguém mais as vê, de transformar idéias em negócios de sucesso. Assim como Midas transformava tudo em ouro, pessoas com o toque de Midas mudam para melhor tudo aquilo em que tocam. Se a empresa está falindo, elas a recuperam; se o negócio está afundando, elas o fazem prosperar; se o projeto não consegue sair do papel, elas o colocam em prática; se o desânimo predomina, elas reinstauram o entusiasmo; se prevalecem brigas e desavenças, elas instituem um ambiente cooperativo. São inúmeros os exemplos de pessoas com o toque de Midas. Silvio Santos assumiu um negócio cheio de dívidas que funcionava no porão de um prédio e o transformou nos carnês do Baú da Felicidade, até hoje um dos carros-chefe de seus empreendimentos. A partir de um

hospital à beira da bancarrota, Edson de Godoy Bueno criou a Amil, a mais bem-sucedida empresa de planos de saúde do país. Em plena crise dos combustíveis nos anos setenta, Salim Mattar fez o que ninguém sonharia em fazer naquele momento: abriu uma empresa de aluguel de veículos, a Localiza, que viria a se tornar uma das maiores do Brasil. As histórias são muitas, e envolvem desde figuras conhecidas até outras não tão conhecidas, mas que também prosperam graças a seu toque de Midas. Você deve conhecer muitas delas: aquele funcionário que parece ter uma solução para tudo e cuja ascensão na companhia é meteórica, o vendedor que vende até geladeira para esquimó, o empresário que se deu bem a partir de uma idéia na qual ninguém acreditava, e por aí afora. Porém, se todos já ouviram falar no toque de Midas, nem todo mundo ouviu falar no seu oposto, o rei Sadim. Podem não conhecê-lo pelo nome, mas com certeza já o viram em ação. Sadim é Midas escrito ao contrário. E, conforme seu nome indica, ele é o avesso de Midas. Se o rei da Frigia transformava tudo em ouro, o rei Sadim tem o poder de deteriorar tudo aquilo em que encosta a mão. Se o negócio

dá lucro, ele faz dar prejuízo; se a idéia é boa, ele a faz afundar; se existe amizade e cooperação, ele logo instala a desconfiança e a desarmonia. O rei Sadim é, no fundo, uma pessoa extremamente insegura e com uma auto-estima baixíssima. Contudo, como é incapaz de trabalhar seus pontos fracos, pois nem sequer admite que os tem, vale-se de uma enorme arrogância para ocultá-los até de si mesmo. O rei Sadim jamais se reconhece como tal. Ele acredita ser um Midas – mas os resultados de suas ações estão sempre a desmascará-lo. Naturalmente, isso não o detém: Sadim é mestre em culpar os outros por sua própria cegueira e incompetência, e acredita piamente nas fantasias que inventa para mascarar seus fracassos. E avança, impávido, alheio ao rastro de destruição que deixa atrás de si. Infelizmente, é inevitável que, cedo ou tarde, cruzemos com algum Sadim, seja na vida profissional, seja na vida pessoal. Saber reconhecê-lo, bem como as armas às quais ele recorre, e aprender a neutralizá-lo é, em muitos casos, uma questão de sobrevivência.

Extraído do livro *Três Minutos Para o Sucesso*, de Ricardo Bellino.

REI SADIM (O ANTI-MIDAS), EM: AS SOMBRAS NÃO MENTEM



Não dizemos que somos os maiores, muito menos que trazemos os mais famosos vinhos, mesmo porque seus preços são bem fora da realidade.

☐ notas de americanos

☐ a maior importadora

☐ o mais famoso produtor

☒ o que você mais gosta

Simplemente somos a importadora que se preocupa em trazer

OS VINHOS QUE MAIS AGRADAM AO BRASILEIRO.

*"Vinhos honestos
formam bons amigos"*

Faça parte do grupo de amigos da Terroir. Se cadastre em nosso site, pelo telefone ou fax e receba gratuitamente em todo o Brasil a revista Terroir 2006.

Terroir

www.terroirvinhos.com.br

Conheça nossas lojas: ITAIM: Rua Pedro Humberto, 09 - SP — CENTRO ANTIGO: Rua Aurora, 872 - SP

TEL.: 11 3168-2200 - FAX 11 3168-6002 - www.terroirvinhos.com.br

empreenda

SUMMIT • 2 0 0 6

Os organizadores do Empreenda Summit 2006, agradecem a participação de todos e, em especial, aos parceiros que fizeram possível a realização deste sonho que muitos consideravam impossível. Como presente, produzimos um CD com a música tema do Empreenda Summit 2006 que representa toda emoção contida na alma dos empreendedores.

Realização:



Apoio:



Celebrate

With stars in their eyes
they reach higher
unafraid they explore
new beginnings
in their hearts there is fire
they dream bigger, better, higher
filled with passion to create a brand new
dream.

These men, they will brave any ocean
they shine – like the dawning of the sun
entrepreneurs – burning bright
symbols of a glowing light
entrepreneurs – change the world for
everyone.

Celebrate, celebrate
got a vision – oh so great!
celebrate all they have done
they have reached up for the sun
celebrate their victory
this is their moment of glory
makin' life do rich, so full for everyone.

Com o brilho no olhar,
eles vêem além.
E, sem medo de explorar
novos horizontes,
eles sonham, eles fazem,
eles sabem que é possível,
não conhecem a palavra “desistir”.
Estamos prontos pra seguir, acredite,
sempre há força para dar
um passo a mais.
Empreendedor, vamos lá,
você é forte, é capaz.
Empreendedor,
você sempre pode mais.

Celebrar, celebrar,
deixe a sua luz brilhar.
Celebrar, celebrar,
há motivos pra sonhar.
Celebrar é ser feliz,
acreditando na vitória,
caminhando para um
mundo bem melhor.

Dificuldades vão surgir,
não há motivos pra temer.
Temos força pra lutar
e coragem pra sonhar (pra sonhar).
Mais uma vez, vamos vencer,
eu e você,
fazendo um mundo melhor.

Celebrar, celebrar,
deixe a sua luz brilhar.
Celebrar, celebrar,
há motivos pra sonhar.
Celebrar é ser feliz,
acreditando na vitória,
caminhando para um
mundo bem melhor.

Celebramos, todos juntos,
celebramos, vamos todos
dar as mãos.
Celebramos, todos juntos,
celebramos, todas as nações.

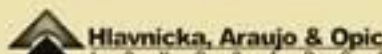
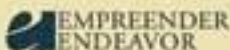
Versão: Luís Gustavo, Dudu Borges, Danny Khiryno e Ricardo Bellino • Produzido por Luís Gustavo para Mídia Music Produções • Arranjos, Teclados e Programações: Dudu Borges • Vozes: Danny Khiryno, Robson Nascimento, Silveira, Faty, Priscila e Léia • Violão e Guitarra: Guto Marques • Contrabaixo e Arranjos: Luís Gustavo • Mixado e Masterizado por Cláudio Abuchaim, Dudu Borges e Luís Gustavo • Gravado nos Estúdios 12 • São Paulo.



ERNST & YOUNG
EMPREENDEDOR
DO ANO



Parceiros:





ERNST & YOUNG
ENTREPRENEUR
OF THE YEAR
WORLD
SUMMIT
MONTE CARLO
2 0 0 6

6 - 11 June 2006