

ENTREVISTA

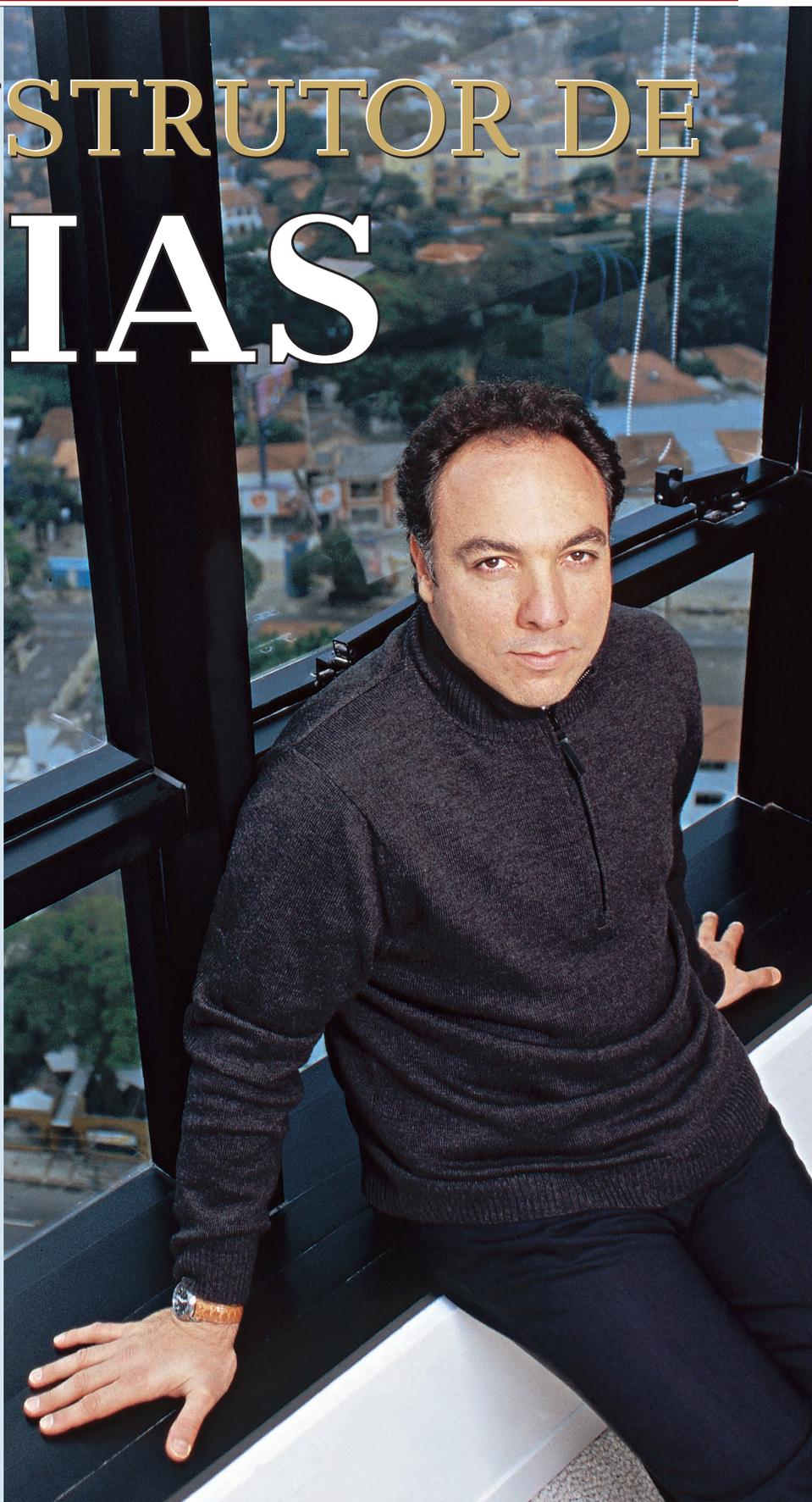
O CONSTRUTOR DE IDÉIAS

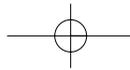
POR JOSÉ FUCS

O empresário Ricardo Bellino, 38 anos, é uma espécie de “construtor de idéias”. Além de ser extremamente criativo e de conseguir identificar grandes oportunidades de negócios com uma frequência surpreendente, Bellino tem também uma notável capacidade de transformar sonhos em realidade.

Em meados da década de 80, quando tinha apenas 21 anos, largou a faculdade de economia para “costurar” o desembarque da Elite Models no Brasil, então a maior agência de modelos do mundo. Depois, nos anos 90, idealizou a campanha “O Câncer de Mama no Alvo da Moda”, em parceria com a Cia. Hering, maior fabricante de camisetas do país. Em 2003, tornou-se o presidente da Trump Realty Brazil, do magnata americano Donald Trump, responsável pela construção de um clube de golfe de alto nível em Itatiba, interior de São Paulo, idealizado por ele mesmo.

Autor do livro “O Poder das Idéias – Como Transformar Idéias em Tacadas de Sucesso” (ed. Campus, 27 reais, 186 págs.), lançado em novembro, Bellino não pára. Está sempre atrás de uma nova idéia para implementar. Nesta entrevista, ele conta suas histórias saborosas no mundo dos negócios e diz o que é preciso fazer para concretizar os seus projetos, mesmo sem dinheiro nenhum.





■ **Na sua opinião, qual é o grande obstáculo à concretização de uma idéia?**

É a falta de autoconfiança, a falta de convicção de que você pode, sim, fazer aquilo acontecer, sem criar barreiras para você mesmo que o impeçam de levar o projeto adiante. Muitas vezes, falta aquela coragem de ir para a frente, mesmo sabendo que você poderá ouvir um não como resposta. Eu já ouvi muitos não na vida, mas nunca me deixei abater ou me constrear por esses não.

Muita gente acredita que o principal problema para implementar uma idéia é a falta de dinheiro. Mas consegui provar, ao longo de minha vida, que dá para fazer grandes negócios e ser sócio de grandes empresários sem nenhum dinheiro. Ao contrário do que muita gente diz, o problema também não é falta de relacionamento, porque isso você constrói.

■ **Quando você apresenta um projeto para executivos e empresários, não tem medo de que lhe roubem a idéia?**

Nunca tive esse tipo de preocupação. Primeiro, porque os projetos que desenvolvi sempre demandaram um envolvimento que dificultava esse tipo de coisa. Não era possível simplesmente pegar a fórmula e copiá-la. Era preciso costurá-la, gerenciá-la. E isso é muito complicado. Sempre tentei mostrar que a idéia já era um fato consumado. Procurei nunca transmitir a impressão de que depen-

“Eu costumo dizer que é você que as pessoas compram e não a sua idéia. Ela pode ser boa, menos boa ou horrível, mas é seu carisma que envolve as pessoas.”

deria dele para viabilizá-la. Dizia que ele poderia entrar ou não no ônibus, que já estava em movimento.

■ **Como você lida com a necessidade de promover ajustes em suas idéias para que elas possam se tornar realidade?**

Ao contrário do que acontece com a maioria das pessoas, não tenho necessidade de ser considerado como o pai de uma idéia. Acho que esse desprendimento é fundamental. Muita gente se "casa" com uma idéia, apega-se emocionalmente a ela. Isso é terrível, porque não permite que você possa incorporar outras pessoas ao seu projeto. É preciso deixar que os outros também se dêem o crédito daquela idéia, porque existe uma longa jornada até que ela se transforme em realidade.

■ **E qual é a sua reação quando seus interlocutores criticam suas idéias?**

Tem gente que não admite crítica, se ofende e fica magoado quando alguém critica a sua idéia. Em vez de tirar proveito da crítica, acha que o sujeito é invejoso, quer destruí-lo, roubar sua idéia. Todas essas manifestações de posse resultam numa neurose, numa paranóia, que distancia as pessoas. Ninguém tem interesse de trabalhar com pessoas paranóicas.

■ **Com tantas boas idéias, qual é o seu segredo para conseguir vendê-las por aí?**

Eu costumo dizer que é você que a pessoa compra e não a sua idéia. Uma idéia pode ser boa, menos boa ou horrível, mas é o seu carisma que envolve as pessoas. No momento em que você conta a sua idéia, quem está do outro lado da mesa e que pode fazer

a diferença, compra principalmente a sua atitude, a sua capacidade de transformar sonho em realidade. Depois, a idéia pode até mudar, mas, se a pessoa comprou a sua atitude, você certamente será aproveitado em alguma coisa, porque é difícil encontrar pessoas com esse perfil.

■ **Muita gente deve achar você meio louco...**

Na maioria das vezes, quando você trata de idéias grandes, como é o meu caso, a primeira impressão que fica para a grande maioria das pessoas com as quais eu me aconselho é de que é tudo uma loucura, que não vai funcionar. E não tem nada mais motivador para alguém que se lança em grandes desafios, como eu, ouvir um não, ouvir que você está louco. É um grande prazer, depois, escutar a mesma figura dizer que, no fundo, sempre acreditou no projeto. Mentira!

■ **E essa coisa de business plan? Você levou business plan para conversar com o Donald Trump, com o Fábio Hering e com o John Casablanca?**

Não acredito em *business plan*. Eles vêm recheados de teorias, teses e projeções completamente superficiais e artificiais. Tentam responder algumas perguntas, mas não têm embasamento concreto, apenas especulações. Se você se concentrar nos princípios básicos da viabilidade do negócio, transmitir essa mensagem rapidamente e colocar sua paixão para que as pessoas acreditem na sua capacidade de realização e, ao mesmo tempo, na possibilidade de aperfeiçoar aquela idéia com você, esteja certo de que conquistou aquelas pessoas. ▷

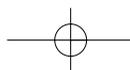
KLEIDE TEIXEIRA

RICARDO BELLINO

■ **Idade**
38 anos

■ **O que faz**
É presidente da Trump Realty Brazil, em sociedade com o magnata americano do setor imobiliário, Donald Trump

■ **Uma opinião polêmica**
“Não acredito em *business plan*. Eles vêm recheados de teorias, de teses e de projeções superficiais e artificiais”



ENTREVISTA

■ Alguém já pediu business plan pra você?

Não. E eu não apresento, porque não acredito nisso. Eu até já fiz um *business plan* na época da internet, mas só depois de ter “vendido” o projeto.

■ Como surgiu essa parceria com o Donald Trump, para construir um campo de golfe de alto nível no Brasil?

Nasceu de uma idéia que me ocorreu na varanda da minha casa, com meu vizinho, meu sócio e meu amigo. Ele me ofereceu a oportunidade de intermediar a venda de uma área rural, para que a gente pudesse ga-

■ E como você conseguiu chegar até ele?

Eu usei o meu *networking*. Falei com o John Casablanca, que tem amizade com toda a cúpula do grupo. Fiz uma apresentação conceitual e, em 24 horas, já tinha a marca do empreendimento escolhida, Vila Trump, e os princípios de marketing fundamentais de um projeto a ser erguido num terreno do qual não tínhamos nem a opção de compra. Aí, o Casablanca fez uma carta de uma página, uma apresentação tão boa que nem meu pai faria melhor. Uma semana depois, o Donald Trump me ligou.

so para me testar. Depois, fez várias perguntas que nada tinham a ver com o negócio para conhecer a minha visão das coisas. Aí, ele disse: “Menino, você tem convicção de que esse projeto vai ter os mais altos padrões, que me permitirão construir minha imagem em cima disso, de maneira sólida? É só isso que eu quero saber”.

■ E o que você respondeu?

Eu disse que tinha convicção disso e que todo o conceito do projeto estava baseado nesses princípios. Disse também que era uma oportunidade única e que estava disposto a fazer o negócio acontecer. Mas depois disse que não queria entrar numa espiral de discussões, que levaria meses, porque tinha um *dead line* para negociar o terreno e, se eu perdesse o prazo, todo o negócio iria por água abaixo. Com a carta do Casablanca na sua mão e na de seus executivos, ele disse: “O negócio está fechado”.

“ Não tem nada mais motivador para alguém que se lança em grandes desafios, como eu, do que ouvir um não, ouvir que você está louco ”



nhar uma comissão. Mas, como eu sempre pensei grande, tive a visão de que, em cima daquela oportunidade, poderíamos construir o primeiro projeto do Donald Trump no Brasil. Eu sabia que ele estava buscando oportunidades fora dos Estados Unidos, mas não tinha conseguido ainda consolidar nenhuma parceria. Projetei, então, na minha mente a criação de uma plataforma latino-americana para o Donald Trump criar um clube exclusivo de golfe que reunisse os 500 mais importantes homens de negócios e celebridades do continente e que funcionasse como uma base para seus projetos na América do Sul. Meu amigo falou: “Você está maluco”. Mas naquele momento eu já não enxergava mais nada. A decisão de formar uma parceria com o Donald Trump estava tomada e sua execução, para mim, era apenas uma questão de tempo.

■ Quanto tempo vocês falaram ao telefone?

Foram 15 minutos.

■ E o que ele lhe disse?

Ele falou que tinha sido surpreendido pela carta que o Casablanca lhe havia enviado para me apresentar e que estava curioso para saber quem era aquela figura. Disse também que o conceito lhe parecera muito interessante, mas que queria entender um pouco melhor o projeto. Houve uma empatia imediata e marcamos, já na semana seguinte, uma reunião para eu apresentar para ele, em Nova York.

■ Como foi o seu contato com o Trump?

Ele estava junto com dois de seus executivos. Entrei, sentei e ele, muito simpático, mas muito objetivo, me disse: “Você tem três minutos para me vender sua idéia”. Ele blefou, fez is-

■ Quanto tempo durou a reunião?

Meia hora. Tiramos uma foto apertando a mão, com os quadros que ele tem com celebridades e primeiros-ministros e as centenas de capas de revistas que ele tem atrás da gente. Ele pediu para os executivos dele irem para uma sala e saírem de lá com o acordo comigo. Foi realmente um negócio *sui generis*. Mas não teria acontecido se não houvesse essa postura, essa coragem, essa atitude frente a um dos homens mais ricos do mundo para fazer um negócio no qual eu não tenho nenhuma experiência. Não tenho nenhuma experiência no ramo imobiliário, nenhuma experiência no golfe. Mas tinha a convicção de que poderia fazer e que eu iria, sim, reunir todos os componentes para viabilizar o projeto. E nós tivemos a habilidade de juntar profissionais competentes e os recursos necessários para fazer o sonho se tornar realidade. □