

HOW TO BE

Bellino no heliponto do prédio em que comanda os negócios de Donald Trump no Brasil, em foto produzida originalmente para o The New York Times; com a imagem sempre no topo.



ON TOP

FOREVER

RICARDO BELLINO, PROFETA DO EMPREENDIMENTO, DIZ ONDE ESTÃO OS NEGÓCIOS DO FUTURO E COMO ENTRAR, ESTAR E SAIR SEMPRE POR CIMA NA ÁREA DAS REALIZAÇÕES

entrevista a LIANA MAZER *fotos* PAULO FRIDMAN

Três minutos. Ultimamente, tudo na vida de Ricardo Bellino parece estar relacionado a esse curtíssimo período de tempo. O que de tão importante pode acontecer em três minutos? No caso de Ricardo, a realização de um sonho impossível, convencer o multimilionário americano Donald Trump a montar um negócio no Brasil. O projeto, que deve sair do papel no final de 2005, rendeu quase 12 milhões de dólares em “free publicity” e credenciou Bellino como o verdadeiro Aprendiz.

O carioca de 39 anos é um verdadeiro fenômeno dos negócios. Entre suas façanhas, estão a vinda da Elite Models para o Brasil e a globalização da campanha *O câncer de mama no alvo da moda*. Objetivos taxados por todos que o escutavam como sonho impossível.

Como era de se esperar, os famosos três minutos também se desdobraram em outros projetos. Dão nome a seu próximo livro, que resume o episódio que o colocou no topo, e inspiraram seu mais novo empreendimento, o Instituto do Empreendedor (Inemp).

P- *O que é a Inemp?*

R- É um grande projeto, com grandes parceiros, que vai representar uma bandeira do empreendedorismo no Brasil. Será levado por quem faz e fez história como empreendedor, não por teóricos. Vamos estabelecer parcerias com universidades já estabelecidas, por meio das quais nós vamos transmitir esse conhecimento, cursos e treinamentos. É um momento muito importante para mim, porque passo do nível de desenvolvimento de negócios para um estágio mais institucional, onde posso de fato contribuir para que a sociedade tenha uma perspectiva diferente.

P- *De onde vem essa vontade de ensinar, transmitir conhecimentos?*

R- Nunca tive esse impulso de forma organizada. Fui convidado pela Campus/Elsevier para escrever um livro sobre a minha trajetória, o *PDI - O poder das idéias*. Recebi quase 15 mil e-mails, alguns simplesmente me cumprimentando pela trajetória, outros me pedindo uma oportunidade para vender uma idéia para mim, outros pedindo ajuda. O quanto minha história tocava as pessoas realmente me chamou a atenção.

P- *Qual foi a sua primeira experiência como “professor”?*

R- Quando fui capa da revista *Pequenas empresas, grandes negócios*, me convidaram para dar uma palestra. Como perco o interesse se não tenho algo que me conecte, fiz exercícios de como criar esse interesse. Vi que a única forma era criar uma mensagem com que todos pudessem se identificar e também aplicar em suas vidas, e criei uma sopa de pedra em lata. Fiz duas mil latas com pedras dentro, inspiradas graficamente na *Sopa Campbell's*. Dei o nome de *Bellino's - Great for new ideas* e contextualizei minhas histórias com receitas de sopa de pedras. As pessoas chacoalhavam as latas, foi incrível! Tão forte foi a reação que falei para o meu publisher: vamos fazer o livro da sopa de pedra. E fiz, não só contando as minhas experiências, mas as histórias daqueles que eu reconhecia como mestres na arte de fazer sopa de pedras.

P- *Você acha que é possível ensinar alguém a vender uma idéia em 3 minutos?*

R- O que faz a diferença é a capacidade de visão e intuição e acreditar que essas intuições podem levá-lo a um passo à frente. Se você acredita, persiste, você de fato vai ter uma performance melhor. Intuição e ímpetos todos têm, é nossa natureza. Uns libertam, porque estão bem resolvidos, outros têm problemas emocionais e culpas que deixam os freios puxados. Você ensina

DECÁLOGO DO EMPREENDEDOR

- 1- O CAMINHO É MAIS IMPORTANTE QUE O FIM.
- 2- EMPREENDEDOR NÃO É UM CARGO NO CARTÃO DE VISITA, É UMA ATITUDE.
- 3- O EMPREENDEDOR NATO O É POR IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADE, NÃO IMPORTA SE ELE É RICO OU SE ELE É POBRE.
- 4- O ESPÍRITO EMPREENDEDOR PODE ESTAR DENTRO DO EMPREGADO.
- 5- VOCÊ DEVE SER EMPREENDEDOR NA EMPRESA, TER UM NÍVEL DE COMPROMETIMENTO COM O NEGÓCIO COMO SE FOSSE O SEU.
- 6- É PRECISO SABER USAR A VISÃO. VOCÊ DEVE OLHAR ALÉM DO ÓBVIO, OLHAR ONDE OS OUTROS NÃO ESTÃO OLHANDO.
- 7- É PRECISO SABER USAR A AUDIÇÃO. VOCÊ TEM DE SABER OUVIR, ESTAR ABERTO PARA ESCUTAR IDÉIAS, CRÍTICAS. MAS NÃO NECESSARIAMENTE TEM DE ADOTÁ-LAS.
- 8- É PRECISO USAR O TATO, O QUE NÃO SIGNIFICA SER GENTIL E DELICADO. TER TATO É SABER A HORA DE PRESSIONAR, IMPOR SUA VISÃO E TER REALMENTE O COMANDO DA SITUAÇÃO.
- 9- VOCÊ TEM DE SABER USAR O PALADAR. VOCÊ DEVE ESTAR ABERTO A SABOREAR COISAS NOVAS, É ISSO QUE FAZ AS PESSOAS AMPLIAREM SEUS RELACIONAMENTOS.
- 10- VOCÊ TEM DE SABER USAR O OLFATO, CHEIRAR AS OPORTUNIDADES E, MAIS IMPORTANTE, O CHEIRO DAS PESSOAS QUE VÃO PODER AJUDÁ-LO A TRANSFORMAR ESSAS COISAS EM REALIDADE.

► a desatar esses nós, a acreditar que é possível transformar o sonho em realidade, ajuda a despertar uma mudança de atitude.

P- *O que lhe atrai no que faz?*

R. Uma das coisas que mais me atraem é conhecer pessoas, estabelecer vínculos, criar parcerias e formar uma confraria de pessoas que tenham um comprometimento tão grande com os meus sonhos que eles se tornam realidade. Nunca me sinto suficientemente realizado para não ousar dar um próximo passo ou tomar os riscos que tomo. Eu acho que é isso que faz a diferença, essa ousadia e essa motivação que eu encontro em mim mesmo para poder seguir em frente e quebrar paradigmas de idéias que nascem com o estigma de ser um sonho impossível.

P- *Como convence as pessoas a acreditarem em suas idéias?*

R- Como os meus projetos são muito ousados, de maturação muitas vezes de médio a longo prazo, preciso materializar aquele sonho na cabeça das pessoas. Uso recursos na minha abordagem, apresentação, no meu discurso, que criam uma percepção de realismo muito forte. As pessoas acreditam que aquilo está em um estágio tão avançado de sua estruturação que se sentem mais confortáveis de se envolver nele. Porque as pessoas têm sempre uma tendência à dúvida, é quase uma inércia.

P- *De onde saem as idéias, a visão?*

R- Acho que vem de uma atenção seletiva. As pessoas confundem volume de informação com avaliação de oportunidade. Eu tive a capacidade de ler nas entrelinhas as oportunidades, seja por meio de leituras de alguma oportunidade que me apresentam e que enxergo diferente. Não que eu veja melhor que os outros, é que vejo fora da caixa.

Tento extrair dali o que de fato interessa e enxergar como posso agregar valor ali para poder ter uma participação do negócio. Porque não sou investidor, sou realizador, é diferente. E estou fora da regra, porque não tenho linha de atuação, um mercado, porque a minha vocação é a do empreendedor, que identifica oportunidades, constrói valor, desenvolve o negócio e passa para outra.

P- *Você segue algum tipo de estratégia para desenvolver suas idéias?*

R- Há duas coisas, uma delas é o processo de criação, de onde vem essa coisa quase visceral, que me faz acreditar e me lançar na história, como se fosse um livro de criança. Isso me dá a motivação e a capacidade de convencimento, de sedução para tratar de reunir as peças do quebra-cabeça. Esse processo praticamente não muda. Agora a estruturação desse novo projeto e como eu monto determinadas estratégias vêm da capacidade de julgamento e avaliação, da maturidade que ganhei com os erros que cometi.

P- *Há novas estratégias de gestão?*

R- Em um determinado momento os valores eram atribuídos ao volume e qualidade de conhecimento e credenciamento. A febre dos MBA's e doutorados. Currículos eram mais importantes que intuição e sensibilidade. Hoje há claramente uma mudança de cenário, onde a intuição passa a ser o grande elemento na condução das novas diretrizes, estratégias e decisões. Existe um reconhecimento do que de fato fez com que determinadas idéias se tornassem sucesso em detrimento de outras, que determinadas gestões fossem mais bem sucedidas. A questão da intuição e da capacidade de espreendimento e desprendimento também do preconceito, para você poder olhar os verdadeiros valores.



Ricardo Bellino relembra os três minutos que mudaram a sua vida. Ao fundo, fotos do mestre Donald Trump.

P- *A diversificação, uma empresa atuando em vários setores, é uma tendência?*

R- Existem empresas que têm um excelente resultado e optam por uma política de crescimento. E elas só podem crescer diversificando. Hoje há uma determinada crise do capital, onde a oferta de capital é muito alta, mas a remuneração é muito baixa. Estou falando em mercados de baixo risco, onde, a médio e longo prazo, investir em negócios dá um retorno muito maior do que meramente investir na especulação financeira. Determinados comportamentos do mercado fazem com que certas atitudes sejam tomadas na busca de um melhor retorno sobre o investimento. É um processo contínuo.

P- *Poderia citar setores que tendem crescer?*

R- O segmento de lazer e entretenimento, na minha

opinião, são os setores com maior potencial de crescimento. Tudo que for oferecido para que as pessoas possam viver dentro das suas redomas, infelizmente, é um bom negócio. Porque vivemos um problema de segurança. Perceba o desenvolvimento imobiliário no mundo inteiro, você tem condomínios, resorts, as pessoas querem se sentir protegidas. A sensação de segurança é mais importante que a segurança em si. Você tem de olhar as coisas com uma visão aberta, não ver só um problema. Por isso dizem que a crise sempre pressupõe a oportunidade. Você vai ter de ter idéias para solucionar aquela crise ou para conviver com ela da melhor maneira possível. Em todos os setores, mas principalmente na área de lazer, as pessoas estão sempre buscando novas opções.